

O paradoxo da intimidade publicizada
A visibilidade contemporânea no *site* de rede social *Facebook*

Talita Garcez Guimarães

Dissertação em Ciências da Comunicação

Setembro, 2011

**Modelo Formal de Apresentação de Teses
e Dissertações na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas**

Nome Completo do Autor

**Dissertação/ Trabalho de Projecto/ Relatório de Estágio
de Mestrado em ...**

Tese de Doutoramento em ...

Data (Mês, Ano)

O paradoxo da intimidade publicizada
A visibilidade contemporânea no *site* de rede social *Facebook*

Talita Garcez Guimarães

**Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos
necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências
da Comunicação, realizada sob a orientação científica
de Prof. Dr^a Maria Lucília Marcos**

Setembro, 2011

Modelo Formal de Apresentação de Teses
e Dissertações na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas

Nome Completo do Autor

**Dissertação/ Trabalho de Projecto/ Relatório de Estágio
de Mestrado em ...**

Tese de Doutoramento em ...

Data (Mês, Ano)

Dissertação apresentada para cumprimento dos requisitos necessários
à obtenção do grau de Mestre em Ciências da Comunicação, realizada
sob a orientação científica da Prof. Dra. Maria Lucília Marcos.

*Ao meu marido, meu querido companheiro,
que partilha comigo a vida e o amor por Lisboa.*

Aos meus pais, amigos de Facebook e de vida.

AGRADECIMENTOS

Ao meu marido, por tudo o que envolveu o processo desta dissertação.

Aos meus pais, à minha avó Jovelina, meus tios Fabíola e Luís, pelo carinho e ajuda.

À minha orientadora, profa. Dr^a Maria Lucília Marcos, por ter sido sempre tão presente, paciente, exigente e incentivadora durante todo o processo de orientação.

Aos professores do curso de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa, em especial, ao prof. Dr. José Bragança de Miranda, ao prof. Dr. Jorge Rosa e ao prof. Dr. Jacinto Godinho.

À minha amiga Carolina, por cada conselho, palavras de incentivo e por todo o resto.

Aos meus amigos Eugênia, Paulo Jr., Lúcia e Nilton, por compartilhar, junto comigo e meu esposo, a descoberta deste país tão lindo, as alegrias e angústias das mudanças.

À minha família, em especial meu irmão, minha cunhada e meus dois sobrinhos, por fazerem parte da minha vida de modo tão intenso, mesmo à distância.

Aos meus amigos Sofia, Pedro, Filipa, João, Inga, Marco, Pedro Brinca e Maria, por toda a gentileza de me apresentar lugares especiais em Lisboa e arredores.

Aos meus queridos amigos de Mestrado com os quais eu dividi tantos bons momentos: Fátima, Mariana, Maria Inês, Catarina, Ricardo, Patrícia e Eveline.

Aos meus melhores amigos – e eu sei que eles sabem de quem estou falando – que torceram por mim e entenderam minha ausência, tanto quando morei em Lisboa, quando, ao retornar para Fortaleza, estive ausente por mais de um semestre para me dedicar à dissertação. Em especial, à Danielle e Monera, pelo apoio de sempre.

À Morgana e à Fanor, por me manterem vinculada à Instituição enquanto estive fora.

À Juliana e à FA7, por me acolherem quando retornei ao Brasil.

À Beth, Cesaltina, Abel e Cristina, pela disponibilidade de me ajudar quando eu precisei.

Ao Orlando, pela revisão e apoio.

A todos os duzentos pesquisados, que separaram um momentinho da sua vida para responderem ao questionário e colaborarem com a minha pesquisa.

A todos que torceram por mim nesta jornada.

RESUMO

O PARADOXO DA INTIMIDADE PUBLICIZADA A VISIBILIDADE CONTEMPORÂNEA NO SITE DE REDE SOCIAL *FACEBOOK*

TALITA GARCEZ GUIMARÃES

PALAVRAS-CHAVE: contemporaneidade, visibilidade, *Facebook*.

Esta pesquisa tem como foco investigar como o *site* de rede social *Facebook* colabora para que a era contemporânea seja configurada por uma expansão da visibilidade do indivíduo comum – aquele que não é famoso por ser político, artista ou assumir quaisquer outra posição pública. Foi feito um levantamento bibliográfico que abordou temas como rede social, *sites* de rede social, comunicação mediada pelo computador, relação entre o público e o privado. Também foi aplicado um questionário *online* com duzentos pesquisados brasileiros, graduados, profissionalmente ativos, usuários do *Facebook* da área da comunicação social e das demais áreas. Através da pesquisa bibliográfica e da análise dos resultados da aplicação do questionário, foi possível identificar qual destes dois grupos expõe mais sua vida e de que modo eles fazem isso – através de comentários pessoais, fotos de grandes momentos, fotos do dia a dia etc. Esta nova forma de comunicar, compartilhar informações profissionais, banais, entre outras, acaba por expor a vida privada, íntima, de maneira tão ampla – já que a internet possibilita uma audiência de milhares e até milhões de pessoas – como nunca antes vista. O ato de tornar pública a vida privada de pessoas comuns pode não ser novidade, visto que alguns programas de televisão, por exemplo, já faziam isto antes. Porém é com a internet que este fato ganha maior proporção, e os *sites* de redes sociais potencializam esta prática. A fronteira entre público e privado sofre uma profunda reconfiguração. Informações que antes circulavam somente dentro de um círculo familiar ou restrito de amigos agora são tornadas públicas por e para várias pessoas. Este olhar mais atento ao maior *site* de rede social do mundo foi utilizado para entender de que forma ele é capaz de evidenciar um novo formato de exposição do espaço privado cotidiano e como ele amplifica a visibilidade contemporânea.

ABSTRACT

THE PARADOX OF PUBLIC INTIMACY

THE CONTEMPORARY VISIBILITY IN THE SOCIAL NETWORK SITE

FACEBOOK

TALITA GARCEZ GUIMARÃES

KEYWORDS: contemporaneity, visibility, Facebook.

The focus of this research is to investigate how the internet site Facebook and its social network collaborates to the contemporary age being configured as an expansion of the average individual's visibility – someone who is not famous for being a politician, artist or any other public position. A bibliographical research has been done in order to address themes as social networks, internet sites of social networks, communication through the computer, relationship between public and private domains etc. It has also been used an online questionnaire filled by two hundred Brazilians, which were graduate, professionally active, users of Facebook, from the social communication field and from other areas. Through the bibliographical research and the analysis of the results of the questionnaire it was possible to identify which of these two groups exposes more their lives and how they do it - through their personal comments, pictures from grand events, day by day pictures etc. This new way to communicate, to share professional or banal information, among others, ends up exposing the private life, the intimacy in a such big manner - since the internet reaches an audience of thousands and even millions of people - never before seen. The act of turning ordinary people's private life public may not be something new, as some television programs, for instance, already have been doing this before. However with the internet this fact achieves a greater proportion, and the sites of social networks potentiate this practice. The borderline between public and private is going through a deep rearrangement, the information that before only circulated inside a restricted circle of family or friends now is turned public by and for several people. This more accurate glance at the world's biggest internet site of social network intended to understand in which way it is capable to evidence a new format of exposition of the private space and how it amplifies one individual's visibility.

ÍNDICE

Introdução	1
Capítulo I: O homem e as suas ligações	4
I. 1. Rede Social	5
I. 2. A comunicação mediada por computador (CMC)	12
I. 3. Os <i>sites</i> de redes sociais (SRS)	18
I. 4. As comunidades virtuais	25
Capítulo II: A visibilidade contemporânea	30
II. 1. Relação entre o público e o privado	30
II. 2. A expansão da visibilidade	36
II. 3. Os <i>sites</i> de redes sociais e a visibilidade	43
Capítulo III: A visibilidade no <i>site</i> de rede social <i>Facebook</i>	53
III. 1. <i>Facebook</i> – a história	53
III. 2. <i>Facebook</i> – o funcionamento	56
III. 3. O questionário, seus resultados e a interpretação dos dados	57
III. 4. A visibilidade contemporânea no <i>Facebook</i>	103
Conclusão	105
Bibliografia	109
Apêndice A: Questionário	i
Apêndice B: Figuras citadas no capítulo III	vi
Apêndice C: Respostas discursivas do questionário	vii

INTRODUÇÃO

Quando se fala em intimidade, há uma certa tendência a se pensar em um universo restrito, preservado dos olhares dos *outros*; porém a era contemporânea vem remodelando essa ideia.

Hoje muitos dos indivíduos comuns, aqueles que não são famosos por serem políticos, artistas ou assumirem qualquer outra posição pública, apresentam uma maior visibilidade de sua vida com a ajuda das novas tecnologias da comunicação.

Muitos expõem aquilo que há de mais íntimo na sua vida para um grande número de pessoas, inclusive desconhecidas. Fotos, vídeos e frases que nunca sairiam do ambiente familiar ou, no máximo, de um círculo seleto de amigos, agora são publicizadas.

Chegou-se, portanto, ao que no presente trabalho julgou conveniente chamar de paradoxo da intimidade publicizada. Uma prática que ganha cada dia mais adeptos e que se utiliza em grande parte dos chamados *sites* de redes sociais, a exemplo do *Facebook*, *Orkut* e *hi5*.

Os *sites* de redes sociais suscitaram na autora – usuária de alguns *sites* do gênero, entre eles o *Facebook* – uma grande curiosidade e tentativa de reflexão com o objetivo de observar e entender como as pessoas lidam com sua vida privada nestes ambientes. Há quem exponha, através de registros verbais ou visuais, detalhes banais do cotidiano, como em qual horário irá dormir e o que está comendo.

O surgimento das redes sociais não coincide com o surgimento dos *sites* de redes sociais, mas certamente com o advento de tais ferramentas o assunto e questões ligadas a ele – como público & privado, intimidade, visibilidade etc. – ganham notoriedade no meio acadêmico, jornalístico, jurídico, psicanalítico, entre vários outros.

É preciso desde já pontuar que a proposta aqui não é esgotar o tema, e sim estabelecer balizas para um maior entendimento a respeito dos assuntos citados. Deste modo, colocar em movimento discussões que enriqueçam a área estudada.

Pretende-se aqui, de um modo mais abrangente, descrever e analisar como se dá a prática contemporânea de espetacularização da vida privada no contexto das novas

tecnologias de comunicação, como também colaborar com o estudo das novas tecnologias, mais especificamente no que se refere aos *sites* de redes sociais.

E, de um modo mais específico, observar como o *Facebook* colabora para que haja uma maior visibilidade da intimidade contemporânea, refletir sobre as implicações que as novas tecnologias de comunicação trazem para a subjetividade e a interioridade. Analisar a relação entre o público e o privado no ambiente do *Facebook*.

O presente estudo está dividido em três capítulos. O primeiro trata da comunicação mediada por computador, rede social, os *sites* de redes sociais e comunidades virtuais. Muitos autores colaboraram para a construção deste capítulo, em especial Danah Boyd, Jaron Lanier, Barry Wellman e Raquel Recuero. Conceitos ligados à rede social foram elucidados em diálogo entre os autores apresentados.

O segundo capítulo aborda a visibilidade contemporânea. Para isto, passa pela questão do público e do privado com Jürgen Habermas e Hannah Arendt, entre outros autores; pela expansão da visibilidade contemporânea que acaba por expor mais os indivíduos com a ajuda de recursos tecnológicos, em especial os *sites* de redes sociais. Entre os vários teóricos, como Guy Debord, Zygmunt Bauman e Fernanda Bruno, utilizados nesta etapa, é preciso dar destaque a Paula Sibilia, cujo pensamento ajudou imensamente na construção deste capítulo.

E, por fim, o último capítulo foi feito a partir da ancoragem dos dois primeiros, além da interpretação de dados do questionário que possui um *corpus* composto por usuários de *Facebook*, brasileiros, com grau superior completo e profissionalmente ativos. A pesquisa, que se iniciou com a pesquisa bibliográfica, utilizou no questionário a metodologia quantitativa e qualitativa. Tal ferramenta tinha como objetivo entender melhor a visibilidade contemporânea através do modo como os utilizadores do *Facebook* expõem sua vida no maior *site* de rede social do mundo.

Optou-se pela escrita em português do Brasil por questões estratégicas, pois, como a autora é brasileira, o texto redigido deste modo tende a ganhar mais velocidade e fluidez. Além disso, entende-se que as relações histórico-culturais entre Portugal e Brasil e grande presença do mercado editorial brasileiro no país luso permitem que esta opção não prejudique a compreensão do conteúdo por parte dos portugueses.

Alguns trechos estão escritos em “português de Portugal”, pois optou-se por respeitar a escrita dos livros dos autores portugueses ou traduções nas versões lusas.

Portanto, quando a escrita portuguesa estiver presente neste trabalho, ela não pertence à autora, pois se trata de citações.

Já as citações originadas na língua inglesa ou espanhola, foram traduzidas pela autora para o português. Porém as versões originais foram mantidas em notas de rodapé para eventuais consultas.

I. O HOMEM E SUAS LIGAÇÕES

Baseado nos estudos de Heidegger, Agamben pontua que “a pedra não tem mundo [*weltlos*], o animal é pobre de mundo [*weltarm*], o homem é formador de mundo [*weltbildend*]”¹ (Agamben, 2005, p.67). A partir disso, o autor discorre que a pedra não consegue estabelecer uma relação com aquilo que a rodeia, o mundo. O animal estabelece uma relação restrita, pois ele se limita ao círculo dos seus desinibidores² e, ao ter acesso a eles, o animal fica imerso em uma espécie de estupor, absorvimento, aturdimento que o torna incapaz de discernir, de forma clara, ele próprio e o seu desinibidor. Isto faz com que não se estabeleça uma relação verdadeira, plena, entre ambos, “na medida em que está essencialmente aturdido e totalmente absorto no seu desinibidor, o animal não pode “agir” (*handeln*) verdadeiramente ou “ter uma conduta” (*sich verhalten*) em relação a ele: só pode “comportar-se”(*sich benehmen*)”³ (Agamben, 2005, p.68).

Enquanto o homem consegue se distanciar de quem ou com o que se relaciona, o animal estabelece uma espécie de obsessão com seu desinibidor, não é capaz de apreender alguma outra coisa quando está aturdido por ele, não é capaz de separar os dois elementos em questão. Assim, de acordo com Heidegger *apud* Agamben, o animal se comporta num ambiente e nunca num mundo. O animal é aberto, mas não passível de mais abertura. Para ele, o ente é aberto, mas não acessível, compondo assim uma não-relação. Já, para o homem, a abertura tem a capacidade de sempre se estender. Segundo o autor, esta abertura sem desvelamento é o que define a pobreza de mundo do animal em comparação com a formação de mundo que caracteriza o ser humano. “O homem se vai fazendo homem porque se liga ao mundo, porque se relaciona com o mundo, ao mesmo tempo que lhe e se atribui sentido.” (Marcos, 2005, p.2017). Ainda sobre isso, o professor Miranda afirma: “Se, como é o nosso caso, aceitarmos a prioridade da experiência sobre tudo o mais, o essencial passa a ser as ligações que a constituem, e nos constituem como humanos” (Miranda, 2005, p.2).

¹ Tradução da autora para “la piedra es sin mundo [*weltlos*], el animal es pobre de mundo [*weltarm*], el hombre es formador de mundo [*weltbildend*]”

² Aquilo que é portador de sinal para o animal, que vai ao encontro de suas necessidades. A água, por exemplo, quando esse está com sede.

³ Tradução da autora para “En tanto que está esencialmente aturdido y totalmente absorto en el propio desinhibidor, el animal no puede “actuar” (*handeln*) verdaderamente o “tener una conducta” (*sich verhalten*) com respecto a él: sólo puede “comportarse”(*sich benehmen*)”.

Diante de tudo isto, nota-se a importância do ligar-se ao outro. E, ao se ligar ao outro, é estabelecida a rede social.

I.1 Rede Social

É comum que, na contemporaneidade, muitos interpretem esta expressão como sinônimo de *sites* de rede social, a exemplo do *Facebook*, *Orkut*, *hi5*, *MySpace*, entre outros.

Desde já, é preciso salientar que tais *sites* não são a rede social propriamente dita, e sim ambientes que favorecem aos indivíduos a formação de redes sociais ou o encontro e manutenção de suas redes sociais formadas no *offline*.

Não só as redes sociais não nascem com os *sites* referidos anteriormente (nem, de um modo mais amplo, com um novo sistema eletrônico de comunicação), como também o seu surgimento remonta a milhares e milhares de anos, conforme pontuam alguns estudiosos, a exemplo de Bragança de Miranda, que afirma que é demasiado simplista pensar que a tecnologia criou o “mundo das redes”. “Toda a experiência é um conjunto de ligações, que constituem matrizes mais ou menos formais e formalizáveis, indo de metáforas relativamente vagas e categorias mais ou menos rígidas, até relações cada vez mais matematizáveis” (Miranda, 2002, p.16), e, a exemplo de Christakis e Fowler:

Entre os primeiros homínídeos, os indivíduos que viviam em redes sociais permitiram que um grupo adquirisse mais alimento ou se defendesse de invasores com maiores chances de sobreviver e se reproduzir. Como resultado, em um longo período de tempo, os indivíduos que naturalmente formavam redes ou que tinham laços específicos que levavam à formação de determinados tipos de redes teriam tido vantagens seletivas e puderam, por fim, compor a maior parte da população. (Christakis e Fowler, 2009, p.188)

Os autores complementam a citação anterior afirmando que, apesar de as redes atuais explorarem outras ferramentas, a exemplo da internet, e atuarem em um ambiente diferente, os impulsos que conectam e organizam os grupos de amigos “desenvolveram-se em um período em que a evolução genética favoreceu alguns padrões em detrimento de outros” (Christakis e Fowler, 2009, p.188).

Porém, é notório que há algo diferente a ocorrer, como bem observa Castells.

As redes constituem a nova morfologia das sociedades e a difusão da sua lógica modifica substancialmente as operações e os resultados dos processos de produção, experiência, poder e cultura. Embora a organização social, sob a

forma de rede, tenha existido noutros tempos e lugares, o novo paradigma da tecnologia de informação fornece as bases materiais para a expansão da sua penetrabilidade em toda a estrutura social. (Castells, 2007, p.605)

Alexander R. Galloway e Eugene Thacker (2007) afirmam que a ideia de conectividade é tão privilegiada que hoje está se tornando cada vez mais raro encontrar lugares e objetos que, de alguma forma, não encaixam em uma classificação de rede. Os autores pontuam que, na última década, o discurso de rede tem se proliferado com a intensidade de uma epidemia. “as redes podem ser constituídas por quase tudo: computadores (internet), carros (no trânsito), pessoas (comunidades), animais (cadeia alimentar), ações (capital), as declarações (instituições), culturas (diáspora), e assim por diante”⁴ (Galloway e Eugene Thacker, 2007, p.33).

Muitos são os teóricos, e Castells (2007) é um deles, que utilizam a metáfora dos nós interligados para representar as redes sociais. Marin e Wellman (2009) classificam rede social como um conjunto de nós socialmente relevantes conectados por uma ou mais relações.

Recuero afirma que “rede social é gente, é interação, é troca social. É um grupo de pessoas, compreendido através de uma metáfora de estrutura, a estrutura de rede. Os nós da rede representam cada indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos” (Recuero, 2009, p.25). Respalhada nos estudos de Wasserman e Faust, e também Degenne e Forse, a pesquisadora brasileira afirma que as redes sociais são compostas por dois elementos: atores (pessoas, grupos ou instituições, representados pelos nós das redes) e suas conexões (interações ou laços sociais).

Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem da rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais nem suas conexões. (Recuero, 2009, p.24)

Ela ainda pontua que os atores são pessoas envolvidas em uma determinada rede e, através da interação e da constituição de laços sociais, eles são responsáveis por moldar as estruturas sociais. Porém Recuero faz a ressalva de que, se estes atores estão inseridos na internet, há um distanciamento dos envolvidos na interação social e, por isso, a constituição dos atores acaba por sofrer uma modificação, já que muitas vezes os atores envolvidos não são facilmente identificáveis. Neste caso, o que é levado em

⁴ Tradução da autora para “networks can be composed of almost anything: computers (Internet), cars (traffic), people (communities), animals (food chains), stocks (capital), statements (institutions), cultures (diasporas), and so on. ”

consideração é que “são espaços de interação, lugares de fala”, “trabalha-se com representações dos atores sociais, ou com construções identitárias do ciberespaço” (Recuero, 2009, p.25). Tais atores, neste ambiente, podem ser representados, por exemplo, por um *fotolog*, um *Twitter*, um perfil no *Orkut* etc. E, mesmo que uma dessas ferramentas seja mantida por um grupo de pessoas, ainda assim ela pode representar um único nó, como esclarece a autora: “Todo tipo de representação de pessoas pode ser tomado como um nó da rede social: *weblogs*, perfis no *Orkut*, *fotologs*, *nicknames* etc.” (Recuero, 2009, p.28).

Já “as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores” (Recuero, 2009, p.30). Cada relação é feita através de muitas interações. E estas interações são capazes tanto de aumentar quanto de diminuir a força de um determinado laço social. A interação é relacionada à comunicação e, por isso, a autora ainda pontua que, para estudar a interação social, é necessário estudar as trocas comunicativas.

É comum que o ator X (representado por um nó na rede social) tenha muitas conexões e interaja com diversos outros atores, enquanto um ator Y (representado por outro nó) tenha poucas conexões e interaja pouco. E isto ocorre tanto dentro quanto fora do ambiente *online*.

Também é comum que o ator X ou o Y tenha os mais variados tipos de relação com outros atores. Alguns laços podem durar meses, outros anos, e já outros por toda a vida. Uns laços são mais superficiais, outros mais intensos.

O que conecta as pessoas são as relações de diversas naturezas: amizade, trocas de informação etc. Portanto, é comum que um mesmo indivíduo possua várias redes sociais distintas. Uma rede que o conecta com seus colegas de trabalho, outra que o conecta com seus familiares, outra que o conecta com pessoas que compartilham um *hobbie* que pratica, e assim por diante. É comum que se criem determinados tipos de laços com a família, outros tipos com colegas de trabalho, outros tipos com conhecidos etc. Porém este não será o único, tampouco o mais importante critério para definir a intensidade de um laço.

Laços consistem em um ou mais relacionamentos específicos, como afinidade, contato frequente, fluxos de informação, conflito ou suporte emocional. As interconexões destes laços canalizam recursos para lugares estruturais específicos em sistemas sociais. O padrão destas relações – a

estrutura de rede social – organiza sistemas de troca, controle, dependência, cooperação e conflito. (Wellman, Chen, Weizhen, 2001, p.4)⁵

O laço também pode ser estabelecido através do pertencimento a um grupo (surfistas), instituição (Universidade Nova de Lisboa) ou local (moradores de Lisboa), por exemplo. É também possível estar associado a uma ideia (defesa do meio ambiente). Nestes casos, não necessariamente, um ator é ligado a outro a ponto de ter interações mútuas, trocas diretas entre eles.

Sabe-se que cada pessoa se conecta de modo variado com os outros indivíduos com os quais estabelece relações sociais. Uma pessoa pode conhecer centenas e até milhares de pessoas e ter contato com elas, mas esta pessoa não tem o mesmo grau de intimidade com este número todo de pessoas, e sim é, de fato, próxima de somente algumas delas.

O sociólogo e professor norte-americano Mark Granovetter (1973) classificou os laços sociais em fortes (*strong ties*) e fracos (*weak ties*). A intensidade e qualidade das conexões entre as pessoas é o que define a força destes laços. Quanto mais próximo – e isto não se refere meramente ao aspecto geográfico, e sim a um investimento emocional – um indivíduo é de outro, mais forte será o laço social entre ambos. O autor afirma que, baseado em noções intuitivas, “...a força de um laço é uma combinação (provavelmente linear) da quantidade de tempo, intensidade emocional, intimidade (confidência mútua) e reciprocidade de serviços que caracterizam o laço”. (Granovetter, 1973, p.1361)⁶. A medição de cada um destes elementos, embora sejam elementos interrelacionados, caracteriza se um laço é forte, fraco ou até mesmo inexistente.

Granovetter (1973) também afirma que cada um destes tipos de laços desempenha funções diferentes. Assim, por exemplo, conseguir um emprego se torna mais fácil entre os indivíduos que se relacionam através dos laços fracos – segundo ele, isso ocorre porque os amigos próximos, tendencialmente se relacionam com muitas pessoas em comum, logo, têm acesso a informações que não são tão variadas quando comparadas com o círculo de conhecidos, pois estes, *a priori*, se movimentam em

⁵ Tradução da autora para “Ties consist of one or more specific relationships, such as kinship, frequent contact, information flows, conflict or emotional support. The interconnections of these ties channel resources to specific structural locations in social systems. The pattern of these relationships --- the social network structure --- organize systems of exchange, control, dependency, cooperation, and conflict.”

⁶ Tradução da autora para “... the strength of a tie is a (probably linear) combination of the amount of time, the emotional intensity, the intimacy (mutual confiding), and the reciprocal services which characterize the tie.”

círculos sociais mais variados – enquanto obter apoio é mais comum entre pessoas que possuem laços fortes entre si.

Benkler (2006) observa que a mudança vista hoje nos laços sociais se deve ao fato de a internet, além de reforçar os nossos laços fortes com a família e amigos, próximos ou distantes geograficamente, também aumenta o alcance e a diversidade das conexões mais fracas.

Trazendo a rede social para o âmbito *online*, segundo Garton, Haythornthwaite e Wellman (1997), uma rede social ocorre quando uma rede de computadores conecta pessoas ou organizações. Freitas (2002) afirma que o conceito de redes está relacionado tanto às estruturas físicas estabelecidas através da conexão de diversos computadores quanto de relações entre indivíduos, pois o equipamento tecnológico permite a potência da comunicação, mas ela, de fato, só se estabelece e cria ou mantém as redes sociais a partir da ação humana.

A internet, este elemento tão contemporâneo que marca presença no cotidiano de milhões de pessoas ao redor do mundo, é baseada na existência de redes. “A Net é um terno informal para as redes de computador interconectadas livremente que usam a tecnologia da Comunicação Mediada por Computador para ligar pessoas ao redor do mundo em discussões públicas”⁷ (Rheingold, 1998)⁸. Alguns pesquisadores – como Geadá (2002) e Miranda (2002) – chegam a afirmar que há uma “verdadeira compulsão à conexão”. Realmente, cada vez mais, aumenta o número de pessoas conectadas, e também há uma maior flexibilização da conexão. Um exemplo disso é o acesso à internet através dos telefones móveis quando o utilizador pode acessar a web com maior mobilidade.

Segundo Yochai Benkler (2006), professor de Direito da Universidade de Harvard, a expressão “Revolução da internet” não deveria ser considerada ultrapassada, pois a mudança trazida pelo ambiente da rede de informações é profunda, é estrutural. Tal mudança interfere na maneira como mercados e democracias liberais têm co-evoluído por quase dois séculos (desde a Revolução Industrial até a popularização da internet). Esta revolução tornou possível uma rede de produção e de troca de

⁷ Tradução da autora para “The Net is an informal term for the loosely interconnected computer networks that use CMC technology to link people around the world into public discussions.”

⁸ RHEINGOLD, Howard. *The Virtual Community*. 1998. Disponível em <<http://www.rheingold.com/vc/book/>> Acesso em: 23 de março de 2010.

informações descentralizada e sem o controle rígido dos meios de comunicação de massa.

O pesquisador vai além e defende, em seu livro “A riqueza das redes” – uma alusão à “Riqueza das Nações”, de Adam Smith –, que estamos a atravessar um novo estágio da economia da informação, a “economia da informação em rede”, uma economia cada vez mais configurada em bens imateriais. Após a Revolução Industrial, até o uso generalizado da internet, as democracias modernas têm dependido de uma economia industrial da informação. Isto quer dizer que a forma como a informação era produzida e colocada em circulação era outra: centralizada, controlada por grandes corporações. “No ambiente de informação conectada, todos são livres para observar, reportar, questionar e debater, não somente em princípio, mas em capacidade atual.”⁹ (Benkler, 2006, p.272). Na medida em que as pessoas tiveram mais acesso a esta tecnologia (internet, *wireless*, acesso à compra ou uso de computadores, telefones móveis etc.), foi provocada uma série de adaptações econômicas, sociais e culturais que tornaram possível uma transformação radical na maneira como construímos o ambiente informacional que ocupamos como indivíduos autônomos, cidadãos e membros de grupos culturais e sociais.

Um paralelo que também é possível ser feito é que na “Riqueza das Nações” o homem egoísta, o individualismo, é abordado; já em “Riqueza das Redes” o que é descrito é o homem colaborativo, que coloca as coisas em comum, distribui. Na ideia de rede, a propriedade coletiva prevalece, as trocas imateriais ganham força. Neste novo estágio da economia, a ação individual descentralizada ganha uma força maior do que na economia industrial.

Já outro pesquisador, Lanier (2010), apresenta uma opinião diferenciada de Benkler a respeito da valorização tecnológica e sobre a internet. Ele – criador da expressão “realidade virtual”, um dos pioneiros do Vale do Silício e eleito, em 2010, pela revista *Time*, como uma das 100 pessoas mais influentes do mundo – tece críticas ácidas em seu polêmico livro “*You are not a gadget. A manifesto*” sobre a má utilização da internet. Segundo o autor, as pessoas se reduzem ao se imaginarem um pouco como computadores e não como seres humanos. Para ele, este culto ao coletivo *online*, cultura

⁹ Tradução da autora para “In the networked information environment, everyone is free to observe, report, question, and debate, not only in principle, but in actual capability”.

livre, *sites* de redes sociais traz problemas como a desvalorização da voz individual, o reducionismo das relações e do modo como o ser humano se vê a si próprio.

É absolutamente estranho ouvir muitos meus velhos amigos do mundo da cultura digital afirmarem ser os verdadeiros filhos da Renascença, sem se darem conta que usar os computadores para reduzir a expressão individual é uma atividade primitiva, retrógrada, não importa o quão sofisticada suas ferramentas são. (Lanier, 2010, p.48)¹⁰

Um indivíduo mais desatento pode entender o discurso de Lanier como contrário à internet, tecnologia etc. Para estes, o autor deixa claro que “parece ridículo ter que dizer isto, mas no caso de alguém estar tendo uma ideia errada, deixe-me afirmar que eu não estou me voltando contra a internet. Eu amo a internet.”¹¹ (Lanier, 2010, p.50). O que ele defende, na verdade, é a necessidade de se criar um novo humanismo digital a partir de agora, com a ajuda da tecnologia, antes que a nossa humanidade desapareça dentro dela.

A rede é constituída por uma espécie de trama de experiências. Dentro dela, há a possibilidade de as pessoas exercerem atividades de relação, relacionar suas experiências entre si. Ao alterar a técnica e as pessoas ao se apropriarem dela, há uma ruptura de paradigmas que influenciará o modo de olhar para si mesmo e para os outros. Além de também influenciar o olhar que é lançado dos outros para si (mesmo que este olhar venha de uma audiência invisível, já que o utilizador não tem total controle de quem observa sua página de *site* de rede social, por exemplo).

a rede deixou de ser um objecto instrumental. O sujeito não utiliza a rede, mas liga-se em rede, ou desliga-se intermitentemente. Assim, a rede captura, ou expulsa os sujeitos de suas malhas, tornando-se num limiar da própria construção da identidade. A rede está sempre já lá, são os sujeitos que ora estão ligados, ora desligados. (Babo, 2002, p.391)

Estas ligações fazem parte da construção da identidade de cada um. Como foi exposto, o homem é essencialmente um ser de relações, um ser aberto ao contato com o outro, com o mundo. “A comunicação é parte das relações sociais. Nós não podemos ter relacionamentos exceto através da comunicação com os outros” (Benkler, 2006, p.369)¹². Com o advento das tecnologias de comunicação, especialmente a internet,

¹⁰ Tradução da autora para “It is utterly strange to hear my many old friends in the world of digital culture claim to be the true sons of the Renaissance without realizing that using computers to reduce individual expression is a primitive, retrograde activity, no matter how sophisticated your tools are”.

¹¹ Tradução da autora para “It seems ridiculous to have to say this, but just in case anyone is getting the wrong idea, let me affirm that I am not turning against the internet. I love the internet.”

¹² Tradução da autora para “Communication is constitutive of social relations. We cannot have relationships except by communicating with others.”

nasce uma nova forma comunicacional que mudará o cenário, e aqui, em particular, é tratado o cenário social. Este homem ganha novas possibilidades de se relacionar com os demais “ao seu redor” (mesmo que isto não signifique estar próximo fisicamente) e até consigo mesmo.

I.2 A comunicação mediada por computador (CMC)

Segundo Castells (2007), os primeiros utilizadores das redes informáticas que criaram as comunidades virtuais eram um número reduzido de pessoas, investigadores e alguns muito sofisticados tecnologicamente. As trocas de informações eram sobre os projetos que estes membros desenvolviam. Na década de 80, o uso passa a ser feito não necessariamente por especialistas em programação e, a partir dos anos 90, com a eclosão da *world wide web*, milhões de novos utilizadores com conhecimentos técnicos limitados passam a colaborar na rede com suas inovações sociais. O uso atual, portanto, faz parte de uma grande construção coletiva gerada ao longo destes anos.

As redes, sejam elas de informática, de transporte, de comunicação etc., estabelecem contatos, ligações. As pessoas ligam-se umas às outras desde que existe humanidade, mas foi recentemente com a popularização da internet que os termos rede e redes sociais foram amplamente adotados pelos meios de comunicação, pesquisadores e sociedade em geral.

Rui Braz (2002) chama atenção para o fato de que o discurso das redes é contemporâneo da nossa experiência e que palavras como internet e expressões como rede global estão na ordem do dia.

A Internet surge como uma tentativa de mapear o mundo à escala real e em tempo real, reproduzindo e englobando todos os locais, relações e actividades humanas. Contudo, enquanto o mundo se apresenta denso – inserido no espaço (tridimensionalidade) e no tempo (duração) –, os «sítios» virtuais surgem fantasmagoricamente fora do espaço (acessíveis de qualquer lugar) e do tempo (acessíveis a qualquer hora) e redutoramente bidimensionais (projectados na superfície lisa do ecrã do computador). O esforço de aproximação e apropriação do mundo é reduzido a uma competência técnico-funcional: o domínio da linguagem e dos programas informáticos necessários à «navegação». (Braz, 2002, p.287)

Apesar das questões colocadas na citação anterior, o número de internautas é crescente¹³, cada vez mais pessoas estão conectadas à internet e, logo, a outras pessoas, grupos, instituições etc. Rui Braz (2002) afirma que as redes, sejam elas de comunicação sejam de transporte, estão no centro das preocupações das sociedades modernas.

“A internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computador (CMC): é a rede que liga mais redes de computadores” (Castells, 2007, p.458). É responsável por uma mudança acentuada na maneira como as pessoas se relacionam, se informam, fazem compras etc.

Benkler (2006) pontua que a internet torna possível que as pessoas se comuniquem de maneiras novas. E não é de se estranhar que, como seres sociais conectados, as pessoas passem a aproveitar estes novos recursos para formar conexões que praticamente não existiam no passado. O autor faz uma observação de que “isto não é determinismo de meio de comunicação. Isto não é uma utopia milenar. É uma simples observação” (Benkler, 2006, p.372)¹⁴. E que a relação com a tecnologia não deve ser vista nem de uma maneira determinista, nem demasiadamente maleável, pois ela estabelece alguns parâmetros de ação individual e social. Observa que diferentes tipos de tecnologias fazem diferentes tipos de ação e interação humanas mais fáceis ou mais difíceis de executar. E que a tendência é que as pessoas optem por algo que exija menos esforço.

Considerar que tecnologias são apenas ferramentas que acontecem, mais ou menos, de estar lá, e são empregadas em qualquer sociedade em um padrão que depende apenas do que a sociedade e cultura fazem dela é muito limitado. Uma sociedade que não tem roda e não tem escrita tem limites no que ela pode fazer. (Benkler, 2006, p.17)¹⁵

¹³ Em Portugal, segundo Marktest, Bareme Internet o número de internautas maiores de 15 anos, residentes em Portugal Continental cresceu mais de 10x nos últimos 14 anos. Fonte: <http://www.sitedastecnologias.com/2010/10/14/em-14-anos-o-nmero-de-internautas-cresceu-10-vezes/> No Brasil, segundo pesquisa do IBOPE, o total de pessoas com acesso à internet atingiu 77,8 milhões. Fonte: http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&nome=home_materia&db=cald&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F Acesso em 09 de setembro de 2011.

¹⁴ Tradução da autora para “This is not media determinism. This is not millenarian utopianism. It is a simple observation.”

¹⁵ Tradução da autora para “Assuming that technologies are just tools that happen, more or less, to be there, and are employed in any given society in a pattern that depends only on what that society and culture makes of them is too constrained. A society that has no wheel and no writing has certain limits on what it can do.”

Como já foi dito, os homens sempre estiveram ligados uns aos outros, mas com a mediação tecnológica esta relação ganha novos contornos. O advento do telefone, por exemplo, deu novas características às ligações humanas. A possibilidade de haver comunicação à distância, em tempo real, com o destaque para o sentido da audição possibilitou novas formas de experiência para os utilizadores.

Agora, com as novas tecnologias, também é possível enxergar uma nova rede de interconexões sociais que traz consigo novas formas de construções de imagens identitárias. As novas tecnologias *online* são capazes de reconfigurar a vida *offline*.

Pudemos ver pessoas fazendo aquilo que sempre fizeram: tentar compreender-se a si próprias e melhorar as suas vidas usando materiais que têm à mão. Embora esta prática seja familiar, o facto de esses materiais agora incluírem a capacidade de viver através de identidades virtuais significa que ocorreram duas mudanças fundamentais na nossa situação. Podemos alternar facilmente entre múltiplas identidades, e podemos adoptar – ou sermos levados a adoptar – o ciberespaço como modo de vida. (Turkle, 2007, p.345)

Lanier considera que criamos extensões para o ser (*webcam* para enxergarmos alguém que não está próximo, agenda do telefone móvel para guardar os vários números que seriam difíceis da nossa memória reter, podem ser alguns exemplos) e que estas extensões se tornam as estruturas através das quais a pessoa pode se conectar com o mundo e com os demais. Tais estruturas podem fazer com que cada um mude a forma de se ver e ver o mundo, e complementa com “basta um pequeno grupo de engenheiros para criar uma tecnologia capaz de moldar todo o futuro da experiência humana com uma incrível velocidade”¹⁶ (Lanier, 2010, p.7). Só para citar um exemplo desta possível mudança na forma de ver o mundo, é possível que algumas pessoas passem a contabilizar seus amigos na vida real da mesma forma simplista que os *sites* de redes sociais costumam catalogar. Passam, portanto, a introjetar na sua vida cotidiana, de forma consciente ou não, conceitos que surgiram e são utilizados no ambiente *online*.

Pode-se dizer que uma rede é composta por nós que são conectados por arestas. E uma rede social é constituída por atores e suas conexões. Por sua vez, uma rede telemática constitui esta relação de comunicação à distância mediada através de recursos da telecomunicação (satélite, por exemplo) e da informática (computador, por exemplo).

¹⁶ Tradução da autora para “It takes only a tiny group of engineers to create technology that can shape the entire future of human experience with incredible speed.”

Embora a maioria da CMC se dê através da utilização de computadores, não é só este equipamento que permite que as pessoas se comuniquem pela internet, alguns telefones móveis, por exemplo, também possibilitam este tipo de comunicação. E as possibilidades de mobilidade se ampliam ainda mais na medida em que os utilizadores passam a fazer uso de equipamentos *wireless*, com conexão *wi-fi*, 3G, entre outros exemplos.

“Este mundo em mutação é um mundo de redes entrelaçadas, redes que são em parte humanas, em parte maquínicas; complexos híbridos de carne e metal.” (Tucherman, 2002, p.67). A tecnologia de um modo geral, e aqui mais especificamente o advento da internet e a popularização dos computadores, traz características peculiares ao processo comunicacional, algumas das quais serão citadas a seguir.

A comunicação num ambiente *online* apresenta alguns traços distintos da realizada fora dele, entre eles podemos citar a possibilidade de manter e até mesmo criar laços sociais à distância. Há uma reconfiguração da relação com o espaço. É verdade que não foi o ciberespaço que deu início à desterritorialização dos laços sociais (isso já era observado, inclusive, através de outros meios de comunicação como a carta, por exemplo, para não falar dos meios de transporte), mas também é inegável que ele ajudou de forma acentuada esta característica. O uso de programas como Skype¹⁷, Messenger¹⁸, sites de rede social como Facebook¹⁹ e Orkut²⁰, o *e-mail* são exemplos de ferramentas que auxiliam a comunicação *online*.

Atualmente, são muitas as pessoas que se mantêm *online* várias horas por dia e praticamente todos os dias da semana. Este uso se dá especialmente entre aqueles que trabalham de frente para o computador, ou seja, milhões ao redor do mundo. E uma grande percentagem destes, além de usar a internet para se informar, faz uso de ferramentas que possibilitam a CMC, como as citadas no parágrafo anterior.

Outro traço distinto que se pode destacar entre a comunicação face a face e a realizada no ciberespaço é que, na maioria dos casos²¹, a linguagem predominante é a

¹⁷ www.skype.com

¹⁸ www.windowlive.com

¹⁹ www.facebook.com

²⁰ www.orkut.com

²¹ Atualmente é possível que as pessoas se comuniquem à distância através de *webcam*, mas o mais comum é que as trocas comunicacionais sejam feitas através do uso do teclado. Apesar desta possibilidade, de ver o outro pelo viés mediado, o encontro das pessoas pessoalmente sempre vai diferir do encontro *online*, pois, o indivíduo não vê e ouve exatamente da mesma maneira (interferências de ruídos ou de atenção etc. podem atrapalhar) e nem pode cheirar, tocar o outro etc.

verbal, já que a maior parte do tempo as pessoas se comunicam pelo ciberespaço através da palavra escrita. Segundo Cabral (2002, p.267), “a palavra é o mais perfeito utensílio de ligação”. Perfeito neste contexto aqui pode ser entendido no sentido de que a palavra é uma das formas mais comuns, usuais, para que a ligação entre as pessoas seja estabelecida, o que não significa que não haja incomunicabilidade, fatores de contingência, de perturbação, de incerteza. E se este elemento é de suma importância na interação em que os atores estão a se comunicar pessoalmente, quando essa interação é feita através do *e-mail* ou outra ferramenta do gênero, a palavra adquire importância ainda maior, já que elementos como expressões faciais, gestos faciais, entonação de voz etc. não são incorporados à conversa. A duplicação das mensagens é maior neste ambiente, pois a CMC facilita que um utilizador copie e cole (e por vezes divulgue) a comunicação que estabeleceu com alguém.

A CMC pode, potencialmente, ser caracterizada por uma comunicação de muitos para muitos. Diferindo, assim, da comunicação estabelecida pelas grandes empresas de comunicação na qual a característica se aproxima mais de uma comunicação de poucos para muitos. Neste aspecto, há uma descentralização de discursos, antes restritos às grandes corporações midiáticas.

A comunicação no ciberespaço muitas vezes pode ser feita em tempo real, quando os dois ou mais atores estão ao mesmo tempo em seus computadores²². Isto pode ser feito através de programas como Messenger, Skype etc. Mas nem sempre os atores estão ao mesmo tempo em seus computadores ou disponíveis para interagir naquele determinado momento, e então este tipo de conversa não se dá de maneira instantânea, e sim com maior flexibilidade do tempo – ferramentas como *e-mail*, mensagens deixadas em *blogs* ou em site de rede social são exemplos de canais criados para este tipo de mensagens.

Para os que podem pagar por serviços tecnológicos recentes, a Internet pode permitir a usuários individuais comunicarem-se quando eles querem, com quem eles querem, em qualquer lugar, em qualquer situação, e terem suas experiências personalizadas. De fato, a Internet (juntamente com os celulares e automóveis) está fomentando uma virada social para longe dos grupos e rumo ao individualismo em rede: as pessoas conectam-se umas com as outras como indivíduos mais do que como membros de comunidades, grupos afins, grupos de trabalho e organizações. (Wellman e Hogan, 2004, p.6)²³

²² Ou dispositivos móveis, como *smartphones*, Iphone, Ipad etc. que também permitem que o utilizador se comunique desta forma.

²³ Tradução da autora para “For those with who can pay for recent technological services, the Internet can let individual users communicate when they want, with whom, wherever, whenever, and have their experiences personalized. Indeed, the Internet (along with mobile phones and automobiles) is fostering a

Como já citado anteriormente neste trabalho, Recuero (2009) destaca que, devido ao distanciamento entre os envolvidos nas redes sociais na internet, os atores podem não ser imediatamente identificáveis, a exemplo de um *twitter* ou um *fotolog*. E aqui faz-se uma ressalva: alguns destes atores nunca serão identificados, enquanto outros muitos serão identificados depois de um certo período, através das interações estabelecidas com os demais atores.

Outra questão a pontuar é que muitos atores estabelecem relações com outros, tanto no mundo *offline* quanto no mundo *online*, isto é, os laços sociais podem, a princípio, ser criados fora do ciberespaço e ser mantidos ou até mesmo rompidos no mundo ciberespaço e o inverso também ocorre.

A rede social *online* de uma determinada pessoa pode não ser exatamente a mesma que a *offline*. Um exemplo simples que pode evidenciar isso é: a esposa ou o marido de uma determinada pessoa não estar no ciberespaço.

Apesar de a CMC já ter milhões de adeptos e ganhar novos a cada dia, é preciso fazer uma ressalva: “Embora a maioria das pessoas em países desenvolvidos utilizem a internet para obter informações ou contactar amigos, muitas pessoas não estão *online*.”²⁴ (Wellman e Hogan, 2004, p.2). Sabe-se que a difusão ao acesso às novas tecnologias que permitem que a CMC ocorra é distribuída de maneira não uniforme em cada país e, muitas vezes, até dentro de um mesma cidade. Portanto, há que se tratar este tipo de comunicação contemporânea como uma tendência e não como uma totalidade.

O uso das novas tecnologias de comunicação fez com que as pessoas começassem a perceber que, assim como seus computadores, elas também estavam interconectadas (Christakis e Fowler, 2009). Parte desta revolução, que é própria da contemporaneidade, se deu com ajuda dos *sites* de rede social.

societal turn away from groups and toward networked individualism: people connected to each other as individuals rather than as members of households, communities, kinship groups, workgroups and organizations”.

²⁴ Tradução da autora para “Although most people in most developed countries use the Internet to find information or to contact friends, many people are not online”.

I.3 Os *sites* de redes sociais (SRS)

Facebook, Orkut, LinkedIn, MySpace e hi5, estes são alguns exemplos de *sites* de redes sociais. Embora sejam comumente chamados de redes sociais, tais ambientes serão tratados neste trabalho como *sites* de rede social por razões já explicitadas no primeiro item deste capítulo. Estes *sites* são suportes, plataformas para as redes sociais, e não sinônimos delas.

A internet facilita, abre espaço para que muitas redes de interação sejam mantidas, ampliadas ou até mesmo formadas. Uma das ferramentas que proporciona que os atores estabeleçam conexões, criem, ampliem ou mantenham suas redes sociais através da internet são os *sites* de rede social (SRS).

Boyd e Ellison (2007) argumentam que os SRS são enquadrados nesta nomenclatura quando atendem a alguns requisitos específicos:

Nós definimos sites de redes sociais como serviços oferecidos na web que permitem aos indivíduos (1) construir um perfil público ou semipúblico dentro de um sistema limitado, (2) articular uma lista de outros usuários com quem eles compartilham uma conexão, e (3) ver e navegar em sua lista de conexões e aquelas criadas por outros usuários dentro do sistema. A natureza e nomenclatura dessas conexões varia de site para site. (Boyd e Ellison, 2007)²⁵

As autoras ainda pontuam que “O que torna um site de rede social único não é que eles permitem que os indivíduos conheçam estranhos, mas sim que eles permitem aos usuários articular e tornar visíveis suas redes sociais”.²⁶ Ancorada nestes estudos, Recuero então define os SRS como “os espaços utilizados para a expressão das redes sociais na internet.” (Recuero, 2009, p.101).

São vários os motivos que fazem com que as pessoas utilizem os SRS: sociabilizar com amigos e conhecidos, obter e fornecer informações sobre diversos assuntos, paquerar, conhecer pessoas com fins profissionais etc. E, inclusive, há quem combine diversos destes motivos concomitantemente.

²⁵ Tradução da autora para “We define social network sites as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-public profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system. The nature and nomenclature of these connections may vary from site to site.” BOYD, Danah. Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites (ed. Zizi Papacharissi), pp. 39-58. < <http://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf> >. Acesso em: 09 de novembro de 2010.

²⁶ Tradução da autora para “What makes social network sites unique is not that they allow individuals to meet strangers, but rather that they enable users to articulate and make visible their social networks.”

Para Recuero há dois tipos de *sites* de redes sociais: apropriados e estruturados (propriamente ditos).

Os *sites* de redes sociais propriamente ditos são os que são feitos com o objetivo de expor e publicar as redes sociais dos atores. Alguns exemplos deste tipo são: *Facebook*, *Orkut* e *Linkedin*. São caracterizados por possuir perfis (uma página pessoal dentro do site com uma espécie de descrição da pessoa), que podem ser anexados a outros perfis e espaços para a publicização das conexões entre os atores.

Os *sites* de redes sociais apropriados são aqueles que, *a priori*, não são constituídos para mostrar ou construir redes sociais, mas seus atores apropriam-se deles e passam a dar a eles este atributo. Alguns exemplos deste tipo são: *Twitter* e *fotologs*. Tais sistemas não possuem espaços específicos para perfil e publicização das conexões. Recuero (2009) também pontua que alguns *fotologs*, embora não tenham um espaço específico de perfil, podem ser considerados SRS, pois constroem o perfil do ator através das fotos e dos textos publicados. A autora também cita que um *fotolog* pode adquirir características de SRS através das interações de um determinado ator com outros atores, pelos comentários etc. Pelo fato de cada SRS ter suas peculiaridades, é comum que uma mesma pessoa mantenha uma página ao mesmo tempo no *Facebook*, *Orkut* e *Twitter*, por exemplo.

De uma forma geral, e isso é uma característica que está presente principalmente nos SRS propriamente ditos, os SRS possuem: perfil – uma forma de autorepresentação digital, onde apresenta uma imagem que representa o utilizador (normalmente é uma foto que identifica o rosto do próprio utilizador, mas pode ser uma foto de paisagem, uma ilustração etc.), é visível (e este grau de visibilidade varia de site para site) e fornece dados da pessoa em questão (nome, idade, profissão, grau de escolaridade, estado civil, contatos etc.) conecta “amigos”²⁷ do dono do perfil (normalmente é enviado um convite de um utilizador para o outro e este tem que aceitar para que a relação entre eles seja tornada pública aos que tenham acesso a ambos os perfis), sendo assim facilmente identificável sua rede social presente naquele *site* em questão. Também é comum haver

²⁷ O que não necessariamente significa que a relação entre os dois atores seja de amizade propriamente dita, pois a facilidade de manter centenas de amigos no *Facebook*, por exemplo, é muito maior do que na vida *offline*, já que nesta é preciso um investimento de tempo, maior afetividade, entre outros fatores, e isto só é possível com um número mais restrito de amigos. Outros *sites* usam a nomenclatura seguidores, contatos etc.

um espaço destinado aos comentários dos “amigos” e postagem de fotos. O *Facebook*, em especial, será descrito mais detalhadamente no final deste trabalho.

As pessoas estão nos SRS para verem e serem vistas (Boyd, 2010). Conferir os detalhes íntimos da vida dos nossos amigos, conhecidos e até desconhecidos é bastante tentador, este *voyerismo* contemporâneo parece ter sido facilitado na medida em que os SRS expõem a vida de milhões de pessoas. Se antigamente ver álbuns de casamento de desconhecidos era algo raro, atualmente, com os álbuns virtuais do *Facebook*, por exemplo, isso é relativamente comum, pois são muitos os utilizadores que disponibilizam tal tipo de material. Toda esta exposição na internet, e aqui há um foco maior sobre os SRS, vai trazer uma nova configuração da vida pública e privada.

Recuero (2009) enumera alguns valores que são comumente relacionados aos *sites* de rede social: visibilidade (varia de acordo com a atuação de cada ator dentro do SRS, reflete a capacidade de um determinado nó ser visto pelos demais. Todos os nós são visíveis, mas alguns mais do que os outros), que poderá trazer outros valores como: reputação (julgamento do outro, percepção qualitativa construída de um determinado ator pelos demais, envolve o “eu”, “outro” e a relação entre eles.); popularidade (está relacionada com a audiência de um determinado ator. Quanto mais um ator está situado no meio da rede, mais tem conexões com outros atores e também potencial de influência mais forte sobre os demais. Um ator, por exemplo representado por um perfil de *Facebook*, manifesta sua popularidade através do número de amigos, quantidade de comentários em suas fotos ou textos) e autoridade (poder de influência que um nó possui em determinada rede social somado à percepção que os demais atores têm da reputação dele).

Boyd (2010) afirma que na rede social tornada pública pelas novas tecnologias tanto a autoexpressão quanto a interação entre pessoas produzem conteúdos baseados em *bits*. E *bits* são mais fáceis de vender, distribuir e localizar do que átomos. Classifica quatro questões recorrentes que emergem das propriedades dos *bits* e desempenham papéis importantes na rede social pública. São elas: persistência (expressões *online* são automaticamente registrados e arquivados); replicabilidade (conteúdo feito de *bits* pode ser duplicado); escalabilidade (a visibilidade potencial de conteúdos em rede públicos é grande) e pesquisabilidade (conteúdo de redes sociais públicas podem ser acessados através de busca).

Esta aparente euforia pelos SRS não é compartilhada por todos. Tim Berners-Lee, fundador da web, alerta para a fragmentação que tais *sites* estão a provocar na medida em que restringem as informações em grupos, deixando assim o caráter universal da internet.

Pariser (2011) também tem uma opinião semelhante, para ele os algoritmos decidem o que devemos ou não ver na internet. Ele cita como exemplo que duas pessoas procurando a mesma coisa no *Google* obterão resultados distintos porque o Google, assim como o Facebook e outros gigantes da web, selecionam aquilo que julgam o que nós queremos ver, como uma espécie de “bolha de filtro”. Porém o resultado filtrado não é necessariamente o que precisamos ver. Ao invés de editores humanos – como era antigamente quando não existia a internet – agora os algoritmos fazem as nossas escolhas, sem julgamento ético. Logo, a nova democratização, anunciada com a chegada da internet, aos poucos se desfaz porque, ainda segundo ele, a democracia depende que um cidadão se envolva com vários pontos de vista e esta prática da “bolha de filtro” não colabora para esta multiplicidade, pelo contrário atrapalha.

Em entrevista cedida à revista brasileira Veja, Lanier (2010) afirma que os *sites* de redes sociais redefinem as condições básicas da vida humana. Dá como exemplo o fato de que o conceito de estar conectado a outra pessoa dentro do *site* é diferente do que se observa *offline*. Pois, no que ele afirma ser o mundo real, é preciso investimento e tempo. Já no mundo da internet, essa sensação de ligação é feita de forma imediata. “Não há nada de errado com isso, pode ser divertido, desde que você não acredite que essa seja uma ligação real”.

O autor ainda afirma que o que é apresentado em tais *sites* é apenas uma versão simplificada das pessoas para que o *software* possa entender. De fato, o que é registrado ali para se criar um perfil são dados sobre a pessoa no que se refere ao estado civil, data de nascimento, profissão etc. Segundo ele, o *site* organiza as pessoas em identidades de múltiplas escolhas, são informações simplificadas para que o computador entenda, catalogue e processe. Sendo assim uma pessoa não pode ser representada somente por estas definições. Para utilizar o *site* a pessoa tem que se reduzir. E, mais uma vez, diz que não há problema nisso, desde que o utilizador saiba discernir bem a versão simplificada da realidade. Porém faz um alerta:

O problema é se com o uso, ao longo dos anos, você começa a ver a si mesmo de acordo com essa definição simplificada. É muito fácil neste mundo

online, por exemplo, você começar a ser mais rude com as pessoas. A razão disso é que você não está mais reagindo a pessoas reais, mas a versões caricaturais de indivíduos. É fácil ser rude com um cartum. O que a maioria não sabe é que existe uma ideologia por trás desses programas – uma ideologia compartilhada por quase todos os engenheiros brilhantes que circulam pelos corredores das maiores empresas do Vale do Silício. Boa parte da comunidade tecnológica nutre a fantasia de que estamos a caminho de um futuro pós-humano – de que a internet é o embrião de um cérebro gigante a que todos estaremos conectados, como uma nova espécie definida pelo coletivo. (Lanier, 2010)²⁸

Mais uma vez o pesquisador deixa claro que o que ele quer pontuar é que o foco deve ser as pessoas. Outra questão que coloca, desta vez em seu livro “*You are not a gadget*”, é que o utilizador que tem orgulho de acumular milhares de amigos num *site* como *Facebook* é porque tem uma ideia reduzida de amizade, já que a verdadeira amizade é conquistada aos poucos, na medida em que se adquire conhecimento do outro. “Cada conhecimento é um alienígena, um poço de diferença inexplorado na experiência de vida que não pode ser imaginado ou acessado em qualquer caminho, mas através da interação verdadeira.”²⁹ (Lanier, 2010, p.39). Em outra passagem diz que fica de coração partido quando conversa com jovens que idolatram os ícones das novas tecnologias digitais como *Facebook*, *Twitter*, *Wikipédia*³⁰, *Creative Commons*³¹ etc., pois eles são submetidos a um estresse constante para gerir as suas reputações *online*, já que eles têm sempre que evitar que um mau olhar da multidão recaia sobre eles.

Em entrevista já citada, Lanier (2010) afirma que “toda nova tecnologia é também uma espécie de declaração filosófica sobre o que pensamos ser importante na vida. Todo *design* tecnológico traz dentro de si uma filosofia”. Para clarificar, ele cita como exemplo um carro moderno, cuja eficiência é um valor essencial, mas também o conforto, a segurança, entre outros. Assim, como este carro exemplificado, ele sugere que *softwares* e aplicativos também apresentam um modo de encarar o mundo que está no seus *designs*. E ao possibilitar um tipo de experiência, significa que outros tantos serão deixados de lado. Lanier chama atenção (e, se deve pontuar que, para além de

²⁸ LANIER, Jaron. A Internet está errada. Revista Veja, 16/07/2010. <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/jaron-lanier-a-internet-esta-errada>> Acesso em: 03 de fevereiro de 2011.

²⁹ Tradução da autora para “Each acquaintance is an alien, a well of unexplored difference in the experience of life that cannot be imagined or accessed in any way but through genuine interaction”.

³⁰ Uma enciclopédia *online*, multilíngue e construída por voluntários de várias regiões do mundo. www.wikipedia.org

³¹ “O *Creative Commons* (CC) é uma licença que, diferentemente do copyright em “todos os direitos reservados”, prevê “alguns direitos reservados”. Assim, o proprietário da CC pode definir, entre outros fatores, o uso não-comercial de sua obra, a sua transformação por *remix* ou *sample*.” (Branco e Matsuzaki, 2009, p.46)

teórico, ele é um programador, portanto, tem uma visão prática deste cenário) para o fato de que um *software* (e, para efeito de ilustração pode-se pensar no *Facebook* especificamente) não é feito de forma neutra, e sim com ele sempre vem embutida uma filosofia. As pessoas se habituem a ele e, por vezes, não enxergam ou não se dão conta disto, fazendo com que esta filosofia se perpetue. Apesar de eventualmente apresentar um discurso hiperbólico, é bom que existam vozes dissonantes como a de Lanier para colocar as coisas e as ideias em movimento, gerar debate, reflexão sobre os caminhos para onde estamos levando as novas tecnologias (ou, vindo por outra perspectiva, onde as novas tecnologias estão nos levando). Desta forma, a relação humana com os *softwares* se torna mais crítica.

Outros pesquisadores que defendem uma visão mais crítica sobre o *modus operandi* das redes são Alexander Galloway e Eugene Thacker (2007). Os professores norte-americanos abordam no livro “*The Exploit. A Theory of Networks*” que a rede cria um novo tipo de controle, portanto não compactuam com uma visão ingênua de que ela é somente libertadora, democrática.

A preponderância de formas de rede de organização de modo algum implica uma ausência de relações de poder ou de estruturas de controle. De fato, elas as pressupõem. Mas os modos de relações de poder e de estruturas de controle não são necessariamente aqueles de hierarquias de cima para baixo. São de outra ordem. Adicionalmente, devemos enfatizar que essas conversas sobre redes sociais não são restritas à discussão de sistemas técnicos. Redes sociais podem, de fato, ser tecnológicas, mas elas também são biológicas, sociais e políticas. Além do que, o que está em causa em qualquer discussão das dimensões políticas de rede é, por fim, as experiências dos seres dentro das redes, formas de controle, e os protocolos múltiplos que as informam. (Galloway e Thacker, 2007, p.70)³²

Galloway e Thacker fazem referência a Michel Foucault quando trazem o conceito de biopolítica³³ para a discussão, ao dizer que esta não é somente a biologia a

³² Tradução da autora para “the preponderance of network forms of organization in no way implies an absence of power relations or of control structures. In fact, it prescribes them. But the kinds of power relations and control structures are not necessarily those of top – down hierarchies. They are of another order. Additionally, we should stress that all this talk about networks is not restricted to the discussion of technical systems. Networks can be technological, yes, but they are also biological, social, and political. Thus what is at stake in any discussion of the political dimensions of networks is, at bottom, the experience of living within networks, forms of control, and the multiple protocols that inform them.”

³³ Para os autores, “Michel Foucault chama de “biopolítica” esse modo de organização, gestão, e acima de tudo regulamentação de “a população”, considerado como uma espécie biológica, entidade. Em termos gerais, a biopolítica é uma condição histórica em que a biologia é trazida para o domínio da política, aliás, é o momento em que a “própria vida” desempenha um papel especial na gestão em curso do social e do político”. Tradução da autora para “Michel Foucault calls “biopolitics” that mode of organizing, managing, and above all regulating “the population,” considered as a biological, species entity. Broadly speaking, biopolitics is a historical condition in which biology is brought into the domain of politics;

serviço do estado. Ela é criada, em parte, por um conjunto de novas tecnologias que faz com que as populações possam ser organizadas e governadas. Eles consideram a biopolítica das redes sob o aspecto da biologia e da informática, pois a integração estratégica de ambas para o desenvolvimento de técnicas de organização e controle sobre a massa de indivíduos, grupos e populações caracteriza também a biopolítica. Os autores afirmam que a “biopolítica pode ser entendida, em nossa sociedade atual da rede, como a regulamentação – e criação – de redes como redes vivas”³⁴. Mas estas intervenções e controles reguladores podem ser combatidos, Galloway e Thacker (2007, p.77) sugerem que há a subversão do sistema, as pessoas podem se apropriar e explorar os diferenciais de poder já existentes no sistema, as brechas, as falhas, pois “lutas protocolares não se centralizam em torno de modificar tecnologias existentes; mas sim tratam de descobrir buracos em tecnologias existentes e projetar potenciais mudanças através destes buracos. *Hackers* chamam estes buracos de “*exploits*”³⁵. Inclusive o nome do livro é referência a isso.

É através de várias etapas que isso é possível: todas as formas de vida devem ser submetidas a um ponto de vista informático. Para eles, a informação pode ser vista como um índice para a vida e a informação pode ser acomodada por estruturas de rede (perfis, *login/password* etc.). E “uma vez que a vida é informação e uma vez que informação é uma rede, então a rede é responsável pelos protocolos – mas com o acréscimo importante que esse gerenciamento em tempo real e dinâmico da rede também é um gerenciamento em tempo real e dinâmico da vida em si ou das redes vivas.”³⁶ (2007, p.77).

É fato que, como tendência (e não totalidade, como já foi dito antes) os *sites* de rede social já estão incorporados à vida das pessoas. E, algumas vezes, mais de um SRS é mantido por um mesmo utilizador.

indeed, it is the moment at which “life itself ” plays a particular role in the ongoing management of the social and the political.”

³⁴ Tradução da autora para “Biopolitics can be understood, in our current network society, as the regulation - and creation - of networks as living networks”

³⁵ Tradução da autora para “protocolological struggles do not center around changing existent technologies but instead involve discovering holes in existent technologies and projecting potential change through those holes. Hackers call these holes “exploits.”

³⁶ Tradução da autora para “once life is information, and once information is a network, then the network is made amenable to protocols - but with the important addition that this real - time, dynamic management of the network is also a real - time, dynamic management of “life itself ” or living networks.”

Quando se fala em SRS, muitos remetem também a questões levantadas pelas comunidades virtuais. É o caso de Vincent Chua, Julia Madej e Barry Wellman, que afirmam que “com *Facebook* e coisas do gênero, as pessoas estão se tornando muito conscientes que as comunidades podem consistir de uma rede de relacionamentos da pessoa, onde quer que eles estejam localizados”³⁷ (Chua, Madej e Wellman 2009, p.1).

I.4 As comunidades virtuais

Sob a perspectiva de Agamben (1993) pode-se dizer que a comunidade seria formada pelo qualquer (*qualunque*), nem individual, nem universal. O autor inicia o seu livro “A comunidade que vem” com a frase “O ser que vem é o ser qualquer”.

A ideia de pertencimento não é simples, reducionista a ponto de alguém ser enquadrado em um determinado conjunto, uma determinada classe “o Qualquer que está aqui em causa não supõe, na verdade, a singularidade na sua indiferença em relação a uma propriedade comum (a um conceito, por exemplo, o ser vermelho, francês, muçulmano), mas apenas no seu ser *tal qual é*.” (Agamben, 1993, p.11). A singularidade referida pelo autor apresenta-se como uma forma de pontuar que este ser é feito de muitas qualidades, ele é múltiplo, é construído de forma relacional, suas relações com os demais o transformam intermitentemente. Não é somente uma particularidade que faz deste ser quem ele é.

Agamben afirma que a palavra transforma a singularidade em um membro de uma classe cujo sentido define a propriedade comum, e ilustra isso dizendo que o ser linguístico (o ser dito) é ao mesmo tempo um conjunto (a árvore) e uma singularidade (a árvore, uma árvore, esta árvore). Isto é, ao exemplificar identificamos o singular, o exemplo não é nem o individual nem o universal. Se eu falo de um singular árvore, eu me refiro a uma classe inteira e, ao mesmo tempo, esta classe inteira – das árvores – pertence ao singular árvore. O autor reitera isso ao dizer que o ser exemplar é o ser linguístico. A comunidade nesta perspectiva de Agamben ainda está por vir.

As comunidades, de um modo geral e não só as comunidades virtuais, reúnem grupos de pessoas e apresentam como estrutura básica um “aglomerado de nós com maior densidade de conexões” (Recuero, 2007, p.135).

³⁷ Tradução da autora para “with Facebook and its ilk, people are becoming very aware that communities can consist of a person’s network of relationships, wherever they are located”.

“As comunidades são redes de laços interpessoais que proporcionam sociabilidade, apoio, informação, um sentimento de pertença e uma identidade social.” (Wellman *apud* Castells, 2007, p.157). Atualmente, há que se levar em consideração uma outra forma de comunidade cujo meio de interação principal é através da internet. Portanto, estas comunidades formadas na contemporaneidade não se limitam ao espaço físico.

A palavra virtual vem do latim medieval *virtualis*, derivado por sua vez de *virtus*, força, potência. É incorreto afirmar que o virtual é o oposto do real. Na filosofia escolástica, o virtual existe em potência, e não em ato. De acordo com Castells (2007), as comunidades baseadas no lugar eram uma fonte importante de apoio mútuo e interação social, nas sociedades agrícolas e nas primeiras etapas da sociedade industrial. Esta sociedade, além de estar baseada nos bairros, também se baseia nos locais de trabalho. Há mais de 25 anos, pelo menos, a comunidade territorialmente definida, a proximidade geográfica, perdeu força na constituição das relações sociais. Embora não tenha desaparecido, obviamente. Para o autor, na definição de comunidade há que se dar ênfase à função de apoio que ela cumpre em relação aos indivíduos e famílias. Lévy (1997, p.135) pontua que “uma comunidade virtual não é irreal, imaginária ou ilusória, trata-se simplesmente de um coletivo mais ou menos permanente que se organiza por meio do novo correio eletrônico mundial”. Pode-se aqui ampliar, para além do correio eletrônico mundial, os comentários através dos *blogs*, as discussões em fóruns publicados na internet etc.

Mas, afinal, o que são as comunidades virtuais? “Comunidades virtuais são agregações que emergem da Net quando pessoas suficientes seguem em discussões públicas por tempo suficiente, com suficiente sentimento humano para formar relações pessoais no ciberespaço”³⁸ (Rheingold, 1998)³⁹. Segundo ele, esta inevitável construção de comunidades virtuais se dá porque há um crescimento da fome de comunidade nas pessoas em todo o mundo e cada vez mais os espaços públicos informais estão a desaparecer. Além disso, a CMC permite que as pessoas façam coisas totalmente novas, assim como o telégrafo, telefone e televisão também fizeram.

³⁸ Tradução da autora para “virtual communities are social aggregations that emerge from the Net when enough people carry on those public discussions long enough, with sufficient human feeling, to form webs of personal relationships in cyberspace.”

³⁹ RHEINGOLD, Howard. The Virtual Community. 1998. Disponível em <<http://www.rheingold.com/vc/book/>> Acesso em: 23 de março de 2010.

Através de uma comunidade virtual é possível que os cibernautas estabeleçam novas teias de sociabilidade com pessoas que não conhecem fora do *online* e também estabeleçam novas formas de sociabilidade com pessoas que já conhecem previamente do mundo físico. Portanto, as pessoas que já se conhecem fora da rede podem criar uma comunidade dentro dela para se comunicarem mais e, também, pode dar-se o contrário: pessoas que não se conhecem fazerem parte de uma mesma comunidade dentro da rede e promoverem encontros presenciais.

Chua, Madej e Wellman (2009) apontam para o fato de que enquanto alguns estudiosos continuam a estudar grupos espacialmente limitados, bairros ou aldeias, outros focam na comunidade como uma combinação dos mundos *online* e *offline*.

Ana Marcelo (2005) afirma que tanto a comunidade tradicional quanto a virtual apresentam um grupo de pessoas que estabelecem entre si laços sociais cuja interação é feita em um determinado espaço circunscrito, ainda que não físico, mas que não deixa de ser um espaço delimitado, só que por *bits*. Ainda sobre isso:

Na rede, diversos grupos de pessoas se identificam e passam a ter uma relação afetiva com um espaço virtual que não deixa de ser uma forma de territorialização. A chave eletrônica dá acesso à rede e novos territórios culturais imaterializados. (Lemos, 2004, p.32)

Federico Casalegno (2006) afirma que há uma tendência do uso inapropriado ou muito generalizado da palavra “comunidade”. Complementa com a afirmação de que nos deparamos com uma situação na qual qualquer grupo de indivíduos, incluindo esses nos ambientes virtuais, é chamado de comunidade, a despeito da qualidade dos laços e interações que os determinam. No mesmo diálogo, Howard Rheingold afirma que

Nem todas as redes sociais são comunidades. Nós estamos em uma área em que a generalização sobre comunidades perde o sentido. Na minha definição, comunidade é um grupo de pessoas que têm um interesse em comum ou que dividem algum tipo de destino comum e que se comunicam umas com as outras regularmente. (Casalegno, 2006, p.206)

Para Lévy (1997), a criação das comunidades virtuais é um dos três princípios que orientam o crescimento inicial do ciberespaço (a interligação e a inteligência coletiva são os outros dois). “Uma comunidade virtual constrói-se com base em afinidades de interesses, de conhecimentos, na partilha de projetos, num processo de cooperação ou de permuta, e isso independentemente das proximidades geográficas e pertencas institucionais” (Lévy, 1997, p.132). Essa relação pode se estender para outra forma de sociabilidade, a do “cara a cara tradicional”. Destacamos a palavra tradicional

já que hoje é possível através de alguns programas, como o *Skype*⁴⁰, ter uma interação, comunicação cara a cara através de uma *webcam*, isto é, posso me comunicar com alguém distante espacialmente, em tempo real, observando seus gestos, expressões faciais, entonação da voz, entre outros detalhes, que antes só eram possíveis de ser lidos pessoalmente.

Castells (2007) apesar de observar que existem estudos que apontam para o efeito do isolamento que a internet provoca, explica, também amparado em estudos de muitos pesquisadores, que a interação social na rede em geral não tem um efeito direto na configuração da vida cotidiana para além de acrescentar a interação *online* às relações sociais que já existiam previamente. Portanto, muitas pessoas usam a rede para reforçar seus laços com parentes e amigos do mundo *offline*. Este fenômeno que ocorre na internet nós podemos observar mais especificamente em muitas comunidades virtuais onde ocorrem um efeito de *feedback* entre a sociabilidade *online* e a *offline*. A internet, neste caso, serve para potencializar e manter o compromisso social dos utilizadores. O autor observa que a internet parece ter um efeito positivo na interação social e tende a aumentar o grau de exposição a outras fontes de informação.

Ainda sobre a questão *online/offline*, Boyd cita em sua tese de doutorado a seguinte frase sobre a pesquisa de Kendall: “Lori Kendall (2002) documentou como as pessoas que se envolveram em fóruns *online* criaram representações *online* muito próximas do seus *selves offline*; ela mostrou como construções sociais como gênero são reproduzidas e reforçadas *online*.”⁴¹ (Boyd, 2007,p.48). Portanto, não há um abismo entre o mundo *online* e *offline*, não são ambientes completamente distintos. Estes são mundos conectados.

As comunidades virtuais permitem que os seus integrantes produzam conhecimento e/ou informação para os demais, de modo que uma pessoa pode se tornar uma espécie de *media* no sentido de provedora de tais conteúdos para outras diversas pessoas. *A priori*, os cibernautas integrantes das comunidades virtuais querem se comunicar, estabelecer relações. Tais relações, mediadas através de máquinas (computadores, telemóveis etc.), podem ser dos mais variados tipos, como, por

⁴⁰ Programa que permite adicionar vídeo à chamada de voz via web.

⁴¹ Tradução da autora para “Lori Kendall (2002) documented how people who engaged in online forums reate online representations that bear close resemblance to their offline selves; she showed how social onstructs like gender are reproduced and reinforced online.”

exemplo, relacionadas à amizade, ao amor, ao trabalho ou ao estudo. As comunidades são formadas a partir de interesses em comum.

Com a cibercultura exprime-se o desejo de construir um lugar social, que não seja baseado nem em posses territoriais, nem em relações institucionais, nem em relações de poder, mas na reunião em torno de centros de interesses comuns, no jogo, na partilha do saber, na aprendizagem cooperativa, em processos abertos de colaboração. O apetite pelas comunidades virtuais descobre um ideal de relação humana desterritorializada, transversal, livre. (Lévy, 1997, p.136)

Assim como no mundo *offline*, no mundo *online* as pessoas querem criar ou manter relações.

II. A VISIBILIDADE CONTEMPORÂNEA

II.1 Relação entre o público e o privado

Com o *boom* dos *sites* de redes sociais nos últimos anos, o assunto “público e privado” ganha outra notoriedade, agora com a questão voltada para o ambiente *online*, e passa a ser pensado e discutido por comunicadores, acadêmicos, estudantes, entre outros, sejam eles usuários ou não dos referidos *sites*.

Habermas, um dos nomes de referência no que se refere ao “público”, afirma que “chamamos de “públicos” certos eventos quando eles, em contraposição às sociedades fechadas, são acessíveis a qualquer um – assim como falamos de locais públicos ou de casas públicas” (1984, p.14). Outra aplicação de “público” é a referente a locais a que não necessariamente todas as pessoas têm acesso, nem são de visitação pública, mas sim locais que são pertencentes a instituições do Estado, são públicos. E também há a aplicação que se refere à “recepção pública” que remete a uma força de representação que envolve um reconhecimento público. O autor ainda pontua que também há um deslocamento do entendimento de público quando é dito que alguém alcançou um renome público.

Ainda nem sequer tocamos no emprego mais frequente desta categoria, no sentido de opinião pública, de uma esfera pública revoltada ou bem indignada ou informada, significados estes correlatos a público, publicidade, publicar. O sujeito desta esfera pública é o público enquanto portador da opinião pública; a sua função crítica é que se refere a publicidade, como por exemplo, o caráter público dos debates judiciais. (Habermas, 1984, p.14)

Para Arendt, o público remete a duas questões. A primeira é que “tudo que vem a público pode ser visto e ouvido por todos e tem a maior divulgação possível. Para nós a aparência – aquilo que é visto e ouvido pelos outros e por nós mesmos – constitui a realidade.” (2007, p.59). É como se, trazida ao público, determinada coisa se tornasse real. A segunda é que “significa o próprio mundo”⁴², na medida em que é comum a todos nós e diferente do lugar que nos cabe dentro dele” (*Ibidem*, p.62). A autora chega a compará-lo com uma mesa porque separa, mas também estabelece relações entre os homens. A esfera pública reúne.

Tal esfera não é imutável em todas as épocas, pelo contrário. Habermas indica que na Grécia Antiga a esfera pública era vista como o reino da liberdade, porém nem

⁴² Mundo aqui “tem a ver com o artefato humano, com o produto de mãos humanas, com os negócios realizados entre os que, juntos, habitam o mundo feito pelo homem” (*Ibidem*).

os escravos nem as mulheres tinham possibilidade de participar dela. “Só à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, tudo se torna visível a todos” (1984, p.16). E somente alguns conseguiam o que todos queriam: destacar-se dos demais.

Para Arendt (2007) era também na esfera pública da *polis* que se dava a prática da liberdade (ação⁴³). Já na esfera privada era onde estavam as necessidades da vida em família (labor⁴⁴ e trabalho⁴⁵). O uso da força e da violência na esfera privada era justificado, pois estes eram os meios para vencer a necessidade e assim conquistar a liberdade.

Uma vez que todos os seres humanos são sujeitos à necessidade, têm o direito de empregar a violência contra os outros; a violência é o ato pré-político de libertar-se da necessidade da vida para conquistar a liberdade do mundo. Esta liberdade é a condição essencial daquilo que os gregos chamavam de *eudaimonia*, «ventura» - estado objetivo dependente, em primeiro lugar, da riqueza e da saúde. (*Ibidem*, p.40)

Arendt pontua que o pobre ou aquele que não fosse saudável era sujeito à necessidade física. O escravo, para além disso, à violência praticada pelo patrão. Se na esfera privada havia a clara diferenciação do chefe da família para os demais, na pública todos eram considerados iguais⁴⁶. A esfera privada da família era o local das necessidades da vida, de continuidade da espécie, o homem que só tinha esta esfera e nenhuma representatividade na pública não era considerado verdadeiramente humano.

Durante o feudalismo, a autoridade privada era a mesma que a pública: o senhor feudal. Com o acelerado crescimento urbano, com a burguesia, com o advento do capitalismo, foi-se separando cada vez mais a esfera pública da esfera privada (o íntimo, a família como cerne).

No século XVIII, os cafés, os salões da Inglaterra, França etc. eram locais de crítica, para se discutir questões literárias, políticas. Tais locais eram de acesso livre para que os frequentadores expusessem seus argumentos racionais. Enquanto a vida

⁴³ Segundo Arendt a ação é a condição de toda vida política, “é a única atividade que se exerce diretamente entre os homens sem a mediação das coisas ou da matéria” (Arendt, 2007, p.15).

⁴⁴ O labor corresponde ao processo biológico, está ligado à manutenção da espécie. “Tem a ver com as necessidades vitais produzidas e introduzidas pelo labor no processo da vida” (*Ibidem*).

⁴⁵ O trabalho está relacionado com a criação de coisas artificiais no sentido de esta produção ser “diferente de qualquer ambiente natural” (*Ibidem*).

⁴⁶ Arendt deixa claro que o conceito de igualdade na esfera pública da Grécia neste contexto tem pouco em comum com o conceito de igualdade atual, pois aquela significava “viver entre pares e lidar somente com eles, e pressupunha a existência de «desiguais»; e estes, de fato, eram sempre a maioria da população na cidade-estado”. A autora complementa o raciocínio afirmando que nesta época a liberdade não estava vinculada à igualdade, e sim que “ser livre significava ser isento da desigualdade presente no ato de comandar, e mover-se numa esfera onde não existiam governo nem governados” (2007, p.42).

privada era o lugar da família, do íntimo; os cafés eram lugares de publicidade, de tornar públicas as questões sociais e assim ter influência sobre decisões do Estado.

Conforme a burguesia foi se consolidando cada vez mais, aos poucos estes ideais foram se transformando em questões de consumo. A publicidade passou a ter um sentido comercial, a imprensa a perder sua função crítica, pois começou a atender a lógica do mercado, destinada a gerar lucro. “A história dos grandes jornais na segunda metade do século XIX demonstra que a própria imprensa se torna manipulável na medida que ela se comercializa” (Habermas, 1984, p. 217). Para o autor, depois que os jornais passaram a ceder espaço para a venda de anúncios, a imprensa passou de uma instituição que antes tinha suas funções ligadas ao pensamento de pessoas privadas enquanto público para se tornar uma instituição de alguns membros do público enquanto pessoas privadas, logo sujeita a interesses privados.

Ele ressalta a ocorrência, nesta época, de uma decadência da esfera pública. As empresas industriais, por exemplo, assumiram funções que antes eram das instituições públicas, como construções de escolas, bibliotecas e cursos de aperfeiçoamento. A partir do momento que começou a haver uma renda individual, as relações da família burguesa sofreram alterações, como o cuidar de si (por exemplo, caso acontecesse algum acidente com seus membros). Este cuidado passou paulatinamente a ser do Estado: controle de saúde, garantias para velhice, indenizações por acidentes etc. A família foi perdendo a força de suas funções, como também a de educar (presença da escola). “De certo modo, (...) a família, esse resquício do privado, é desprivatizada através das garantias públicas de seu *status*” (*Ibidem*, p.185). O autor pontua que os membros individuais da família passaram a ser socializados em grande parte por instâncias extrafamiliares. A esfera íntima familiar foi se reconfigurando.

Este secreto esvaziamento da esfera familiar íntima encontra a sua expressão arquitetônica na construção de casas e de cidades. O isolamento da casa privada – possibilitado para fora, através de jardins e cercas; para dentro, através da individualização e divisão múltipla dos espaços – está hoje tão rompido quanto, inversamente, com o desaparecimento do salão, das salas de recepção de um modo geral, está ameaçada a sua abertura para o intercâmbio social de uma esfera pública (Habermas, 1984, p.186)

Habermas observa que por a família perder parte de suas funções, adquirir maior contato com instâncias extrafamiliares, reservar um tempo para o lazer, houve uma perda da proteção de um espaço familiar institucionalmente garantido. “O comportamento durante o tempo de lazer é chave para a “privacidade sob holofotes” das

novas esferas, para a desinteriorização da interioridade declarada” (*Ibidem*, p.189). Público e privado começam então a se misturar. As pessoas passam a se preocupar mais com suas questões privadas, há um esvaziamento do público.

Arendt afirma que na Grécia Antiga o termo privacidade tinha ligação com o caráter privativo, já que o indivíduo se privava de algo – e para alguns este grau de privação era ainda maior, como no caso dos escravos. Já a privacidade moderna nos sugere a pensar em proteção daquilo que é íntimo.

A esfera pública vem crescendo e devorando a esfera privada e, mais recentemente, a da intimidade. Um sintoma disso é a facilidade de acesso à vida íntima de várias personalidades famosas.

A vida das celebridades foi, e ainda é, capaz de gerar curiosidade ao ponto de até mesmo movimentar o mercado – a exemplo das revistas de fofocas espalhadas pelo mundo.

Vincent (1991) afirma que algumas atividades por si só tornam públicos aqueles que as exercem, pois tais atividades são dirigidas ao público. Um ator, um cantor, um esportista ou um político costuma ter seu sucesso medido através de sua notoriedade, do número de pessoas que o conhecem. “Mas este conhecimento longínquo não basta; o público é ávido de um conhecimento mais pessoal; quer entrar na vida privada dos homens públicos.” (Vincent, 1991, p.149). Diante disto, algumas empresas de comunicação impressa e eletrônica aproveitam para expor para um grande público, algumas vezes até de modo não consentido, segredos pessoais (doenças, traições conjugais, detalhes banais do cotidiano, entre outros) destas celebridades, seus bens materiais (há famosos que chegam a abrir as portas da sua casa e mostrar onde dormem, comem e tomam banho).

Vincent afirma que este desejo de saber mais sobre a vida pessoal dos famosos não é novo, pois a vida dos grandes sempre gerou fascínio no público. A diferença é que antes os grandes estabeleciam uma barreira, e agora há uma tendência de supressão desta barreira.

Desejosas de se tornarem populares para aumentar a sua audiência, as vedetas introduzem de boa vontade o público, e antes de mais os jornalistas, no seu interior, no pormenor dos seus gostos, dos seus amores e dos seus sofrimentos. Os *media* cultivam este género literário e fotográfico de que o público é guloso. (Vincent, 1991, p.150)

É corriqueiro os *paparazzi* tentarem flagrar com suas máquinas de longo alcance a vida dos famosos a fazer atividades banais, como compras no supermercado, passeios no parque com os filhos e jantares com os amigos. Por haver este estímulo, há também um exagero ao passo que não é raro que alguns *paparazzi* persigam as celebridades até mesmo em suas residências, tirando fotos por cima de muros, de helicóptero. Referindo-se a este tipo de perseguição e desrespeito pela vida privada destas pessoas, Vicent lembra que em julho de 1970 foi criada uma lei para reprimir atentados ao direito à privacidade.

Refletindo sobre esta questão da exposição das celebridades, Bauman (2011) faz uma releitura da frase de Descartes “penso, logo existo” para “sou visto, logo existo”, e vai além, afirma que quanto mais a pessoa for vista (na TV, nas revistas, no *Facebook*), mais ela existe. Este tipo de exposição não é novidade, mas, atualmente, o holofote da visibilidade se estende, já que ele continua também sobre os cidadãos comuns. Sibilia (2008) diz que, na sociedade espetacular, mais vazio e desolador do que ser famoso sem motivo algum é não ser famoso. Isso acaba por reverberar até nas crianças, pois muitas, ao serem indagadas sobre “o que querem ser quando crescer” respondem: “famoso(a)”, como o que tivesse que fazer para alcançar este objetivo fosse menos importante do que o fato de ser reconhecido publicamente por uma parcela significativa de pessoas.

Como sugere o psicanalista francês Serge Tisseron, os relacionamentos significativos passaram do campo da *intimité* para o da *extimité* – ou seja, extimidade. Celebridades encarnam essa nova condição, funcionando como estrelas-guias, padrões a serem seguidos. Mostram o caminho para as massas que sonham e lutam para se tornar *commodities* vendáveis. Tudo isso comprova o apagamento da sacrossanta divisão entre a esfera privada e a esfera pública. Transformamo-nos numa sociedade confessional: microfones são fixados no cofre-forte dos nossos mais recônditos segredos, violando aquilo que só poderia ser transmitido para Deus ou para seus mensageiros plenipotenciários. Hoje esses microfones se encontram conectados a alto-falantes que bradam nossas vidas em praça pública. (Bauman, 2011)⁴⁷

Será que de tanto as pessoas terem acesso à vida privada de celebridades se acostumaram com esta espécie de superexposição da privacidade? Ou passaram a desejar se exporem desta maneira para, quem sabe, sentirem que suas vidas também são dignas da curiosidade alheia? “A admiração pública é consumida pela vaidade

⁴⁷ BAUMAN, Zygmunt. A face humana da sociologia. 30 de abril de 2011. <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20110430/not_imp712848,0.php>. Acesso em 1º de julho de 2011.

individual da mesma forma como o alimento é consumido pela fome.” (Arendt, 2007, p.66).

A relação entre o público e o privado na contemporaneidade se torna cada vez mais complexa. O comportamento dos usuários nos *sites* de redes sociais pode ajudar na contratação ou até mesmo demissão por parte de algumas empresas.

Um caso de demissão que ganhou notoriedade na Inglaterra foi o de uma jovem que reclamou do seu emprego e do seu chefe em seu *Facebook* (“Ai, meu deus, eu odeio meu trabalho. Meu chefe é totalmente pervertido e sempre me manda fazer #&%# coisas só para me irritar”)⁴⁸ e logo em seguida este mesmo chefe que estava entre os seus contatos respondeu o comentário, também através do *Facebook* da jovem, e ao final da mensagem ele a demitiu⁴⁹. Este é um caso que o privado é tratado como público.

Já em relação a contratação, um estudo aponta que o Brasil é o líder na importância dada aos *sites* de redes sociais dos seus profissionais. Tal pesquisa foi feita em onze países com 2.525 executivos responsáveis por recrutar profissionais para as empresas em que atuam.

A tabela a seguir demonstra que mesmo um candidato qualificado, com bom currículo, poderia não ser admitido por postar informações verbais ou visuais inadequadas em *sites* como *Facebook*, *Twitter* e *Orkut*. Como inadequada entende-se, por exemplo: frases discriminatórias e fotos fumando maconha ou bebendo bebidas alcoólicas excessivamente. A tabela demonstra que, dos brasileiros entrevistados na pesquisa, 44% deles não contratariam profissionais que fazem uso inadequado dos referidos *sites*. Outros 39% conversariam com os candidatos antes de tomar uma decisão, e apenas 17% não veriam problemas em contratar alguém com este tipo de atitude.

⁴⁸ Reportagem retirada de «<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,MUL1266942-6174,00-JOVEM+RECLAMONA+RECEBE+MENSAGEM+DE+DEMISSAO+VIA+FACEBOOK.html#>» Acesso em 12 de maio de 2011.

⁴⁹ Apesar de publicada a troca de mensagens pela imprensa britânica os dois envolvidos não foram localizados para falar sobre o ocorrido.

Informações negativas ou fotos inadequadas em perfis de Redes Sociais (Facebook, Twitter, Orkut) podem influenciar na avaliação de um candidato qualificado, com um ótimo currículo?

	País											
	Total	Áustria	Bélgica	Brasil	República Checa	Dubai	França	Alemanha	Itália	Luxemburgo	Suíça	Holanda
Não	25%	25%	29%	17%	21%	39%	30%	20%	25%	40%	18%	15%
Sim, e eu falaria o motivo	23%	18%	24%	29%	8%	23%	25%	22%	32%	21%	15%	26%
Sim, mas eu não falaria o motivo	9%	7%	9%	15%	4%	7%	7%	11%	9%	15%	8%	10%
Eu primeiro iria falar com o candidato e depois decidiria	43%	50%	37%	39%	67%	30%	39%	47%	34%	24%	58%	48%

Imagem 1⁵⁰

Jorge Rosa (2009) pontua em artigo “essa vida *online* começa, inadvertidamente, a definir-nos tanto ou mais do que a *offline*: a nossa reputação precede-nos; é necessário que dela façamos bom uso”. Com esta pesquisa isto fica comprovado.

II. 2 A expansão da visibilidade

Bauman (2000) defende que a esfera privada que antes se caracterizava pelo direito ao segredo, agora se caracteriza pelo direito à publicidade. É possível citar alguns exemplos que servem como uma amostra da dimensão que a visibilidade ganha na era contemporânea, como: biografias que detalham questões íntimas e pessoais (por exemplo: “O doce veneno do escorpião”, livro da ex-garota de programa que atendia pela alcunha de Bruna Surfistinha, em que relata suas experiências com seus clientes); programas jornalísticos que contam histórias de pessoas baseadas em um tema (“A liga”⁵¹, para ilustrar: o programa chegou a mostrar o dia de um usuário de crack. Um jornalista e um câmera acompanharam durante 24 horas as suas atividades, inclusive o dependente químico utilizando a droga e, depois, sob seu efeito); outro programa que é baseado na exposição do privado é “Super Nany” (o original é norte-americano, mas há as versões de países, do Brasil, por exemplo. Neste programa, pais apresentam seus problemas em educar seus filhos pequenos que não lhes obedecem. Para “deixar a casa em harmonia” e ensinar os pais a cuidarem dos seus filhos, é chamada uma psicóloga/educadora. A família em questão é filmada durante dias com e sem a ajuda da profissional. O programa é uma espécie de antes e depois da sua passagem pela casa, sempre mostrando que ela conseguiu colocar tudo em ordem e (re)educar pais e filhos).

⁵⁰ Retirada de: MARANHÃO, Émerson e MORAIS, Emília. Redes sociais. Fator determinante na seleção para emprego. Jornal O Povo. 1º Caderno, p. 18, 3 de julho de 2011.

⁵¹ <http://www.band.com.br/aliga/> O programa citado foi exibido na Band, canal brasileiro, no dia 21/06/2011.

E, por último e não menos emblemático desta superexposição, são os programas no formato de *reality show* (por exemplo, “Big Brother” no Brasil, “Casa dos segredos” em Portugal).

Sibilia afirma que uma das manifestações da fome de veracidade na contemporaneidade é o desejo por “consumir lampejos da intimidade alheia” (2008, p.195). Todos os exemplos citados anteriormente têm em comum o fato de abordarem a vida privada do indivíduo comum, ordinário – aquele que não é famoso por ser político, artista ou assumir quaisquer outra posição pública.

O público virou um aglomerado de problemas e questões privadas. Outro exemplo disso são os programas de auditório. O brasileiro “Casos de Família”⁵² apresenta temas como “Minha melhor amiga me traiu”, “Eu falo demais, mas meu marido não me escuta”. Porém, não é através deste tipo de programa que as pessoas conseguirão efetivamente resolver tais questões, como observa Bauman:

Mas a ajuda pública termina aí [...] O público – reunião de outros indivíduos – só pode aplaudir ou apupar, elogiar ou condenar, admirar ou depreciar, instigar ou dissuadir, estimular ou amolar, incitar ou abafar: jamais prometerá algo que o próprio indivíduo não possa obter por si mesmo, jamais atacará o problema pelo queixoso [...], jamais assumirá a responsabilidade no lugar do indivíduo.” (Bauman, 2000, p.72)

Através destas leituras empíricas, é possível constatar uma espécie de esvaziamento do público. A exposição do privado vai tomando o lugar até mesmo da política na esfera pública e, às vezes, esta exposição do privado é feita da vida dos políticos, como mostra o caso Bill Clinton e Mônica Lewinsky.

A expansão do privado e o esvaziamento do espaço público pode ser observada em muitos casos: além dos exemplos já citados anteriormente – que não são criação de uma obra ficcional – esta questão é também observada, por exemplo, em programas televisivos como o C.S.I.⁵³, na diminuição das áreas públicas em detrimento das áreas privadas, que acaba por gerar e/ou evidenciar a segregação social.

O crescente individualismo e o consumo que o neoliberalismo estimula colaboram para que os indivíduos adotem publicamente uma postura passiva, desinteressada da busca do bem comum. A proposta da Ágora de discutir e tentar

⁵² O programa citado foi exibido no SBT, outro canal brasileiro, no dia 03/03/ 2011. Site oficial: <http://www.sbt.com.br/casosdefamilia/>

⁵³ Programa que gira em torno do tema da investigação policial.

aplicar este bem comum e harmonizar a esfera pública e privada é cada vez mais distante na prática.

Para além da televisão e dos livros, existem vários canais em que circulam as informações que constituem a superexposição das pessoas, como as revistas, jornais e rádio, assim como também o ambiente *online* representado, por exemplo, por *blogs*, *fotoblogs*, *sites* de redes sociais.

(...) as práticas de exposição da intimidade na internet constituem uma visibilidade expandida, que subverte os limites entre o público e o privado e renova o interesse pela relação com o olhar do outro e pelas formas de espetáculo aí implicadas (...) o ingresso do indivíduo comum e de sua realidade banal e cotidiana no domínio do que se supõe digno ou passível de visibilidade. (Bruno e Pedro, 2005, p.1)

Para ilustrar que há no mundo contemporâneo um estímulo exagerado do *eu* – no sentido de que hoje há uma tendência à superexposição do indivíduo – Sibilia (2008) chama a atenção para um sinal bastante ilustrativo: edição de 2006 da revista norte-americana *Time* apontou como “personalidade do ano”: você. A seleção de cada personalidade do ano se dá, segundo a própria *Time*, com o objetivo de apontar “a pessoa ou pessoas que mais afetaram o noticiário e as nossas vidas, para o bem ou para o mal, e incorporaram o que foi importante no ano, seja bom ou mau”.

E a escolha de 2006, especificamente, se deu “por tomar as rédeas da mídia global, por fundar e moldar a nova democracia digital, por trabalhar por nada e por superar os profissionais em seu próprio jogo, a pessoa do ano da *Time* de 2006 é você⁵⁴” (Grossman, 2006)⁵⁵, isto é, o indivíduo – ou melhor, um número representativo de indivíduos – que deixam de somente de consumir para também produzir conteúdo e passar a fazer parte de um sistema de colaboração em larga escala.

O substancial crescimento de conteúdo de internet – feito pelos próprios usuários através de *sites* de redes sociais (*Facebook* e *MySpace*, por exemplo), de compartilhamento (*Wikipédia* e *YouTube*, por exemplo), *blogs* etc. – está transformando a era contemporânea. Como bem pontuou Lanier (2010), o que é mais importante da tecnologia é a maneira como ela muda as pessoas. Entre outras questões, a ferramenta

⁵⁴ Tradução da autora para “...for seizing the reins of the global media, for founding and framing the new digital democracy, for working for nothing and beating the pros at their own game, TIME's Person of the Year for 2006 is you.”

⁵⁵ GROSSMAN, Lev. Time's Person of the Year: You. Revista *Time*. Dezembro de 2006. Disponível em <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>> Acesso em 23 de junho de 2011.

internet possibilitou e ainda possibilita uma significativa mudança nas relações humanas, na forma como as pessoas lidam umas com as outras e, mais, na forma como cada uma lida consigo mesma.

Uma outra frase da edição citada da *Time* que se deve destacar é

claro, é um erro romantizar tudo isso mais do que o estritamente necessário. Web 2.0 explora a estupidez das multidões bem como a sua sabedoria. Alguns dos comentários no *YouTube* fazem você chorar pelo futuro da humanidade apenas pela ortografia, quanto mais pela obscenidade e o puro ódio. (Grossmann, 2006)⁵⁶.

É importante ter este discernimento, ver a web 2.0⁵⁷ com um olhar capaz de perceber que ela é simplesmente uma ferramenta do ser humano e, como tal, pode ser utilizada de várias maneiras: boas e más, relevantes e fúteis, simuladas e autênticas.

Se por um lado os *sites* de redes sociais algumas vezes são aclamados por trazer notícias de maneira extremamente rápida (para ilustrar: a morte de Osama bin Laden), por vezes, estes mesmos *sites* são condenados por facilitar certas práticas perversas, como a pedofilia, por exemplo.

A prática de narrar as atividades diárias, de literalmente expor os sentimentos, tornar público o que é íntimo virou algo bastante corriqueiro entre as pessoas não célebres. Aliás, com o auxílio das ferramentas *online*, os famosos ganharam ainda mais visibilidade e velocidade na divulgação de suas informações, pois se antes alguns expunham detalhes de suas vidas nas revistas, televisão, entre outros meios, agora o fazem – eles próprios ou através de suas assessoria – também no *Twitter*, *Facebook* etc. Esta recente prática propicia que o admirador acompanhe o dia a dia deles, opiniões, amizades com outros famosos ou pessoas não famosas. Além disso, há a questão da aproximação entre o ser famoso e o seu fã, pois este pode enviar mensagens diretamente a aquele.

“A intimidade é antes de tudo uma questão de comunicação emocional, com os outros e com o próprio, num contexto de igualdade interpessoal.” (Guiddens, 2001,

⁵⁶ Tradução da autora para “Sure, it’s a mistake to romanticize all this any more than is strictly necessary. Web 2.0 harnesses the stupidity of crowds as well as its wisdom. Some of the comments on YouTube make you weep for the future of humanity just for the spelling alone, never mind the obscenity and the naked hatred.” GROSSMAN, Lev. *Time’s Person of the Year: You*. Revista *Time*. Dezembro de 2006. Disponível em <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>> Acesso em 23 de junho de 2011.

⁵⁷ “Defensores do termo Web 2.0 dizem que ele identifica *sites* de networking social, ferramentas de comunicação, wikis e etiquetagem eletrônica (tags), baseados na colaboração e que entendem que a natureza da rede é orgânica, social e emergente.” (Spyer, 2009)

p.90). Descortinar a intimidade do outro está a apenas um clique. E tão tentador quanto clicar para estar a par do que acontece com a vida alheia é passar também a expor a própria vida para entrar na mecânica desta forma de sociabilidade que nasceu na contemporaneidade.

É notável a atual expansão das narrativas biográficas: não apenas na internet, mas nos mais diversos meios e suportes. Uma intensa “fome de realidade” tem eclodido nos últimos anos, um apetite voraz que incita ao consumo de vidas alheias e reais. Os relatos desse tipo recebem grande atenção do público: a não-ficção floresce e conquista um terreno antes ocupado de maneira quase exclusiva pelas histórias de ficção. (Sibilia, 2008, p.34)

A autora também pontua que o ritual da confissão, nascido no século XII no ambiente eclesiástico, foi apropriado por outros campos (Justiça, Medicina, Pedagogia, nas relações familiares e afetivas, por toda a parte) como uma “técnica privilegiada para produzir verdades sobre os sujeitos”. Pode-se dizer que hoje a presença da confissão se dá de forma marcante nos meios de comunicação como a televisão, rádio, revistas e, ultimamente, na internet – em blogs, *sites* de redes sociais, entre outros. Se antes era reclusa, agora é pública. Se antes era feita dirigida a um profissional ou um padre, agora também é feita para um grande público.

Bauman também faz alusão à confissão:

os adolescentes equipados com confessionários eletrônicos portáteis são apenas aprendizes treinando e treinados na arte de viver numa sociedade confessional – uma sociedade notória por eliminar a fronteira que antes separava o privado e o público, por transformar o ato de expor publicamente o privado numa virtude e num dever públicos, e por afastar da comunicação pública qualquer coisa que resista a ser reduzida a confidências privadas, assim como aqueles que se recusam a confidenciá-las. (Bauman, 2008, p.9)

Porém, pode-se dizer que não são só os adolescentes que se utilizam dos “confessionários eletrônicos”, cada vez mais mulheres e homens adultos⁵⁸ também fazem de sua vida um espetáculo para o *outro*. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. (Debord, 2005, p.9). A argentina radicada no Brasil Sibilia traça um paralelo com a ideia de Debord: “Mais do que um conjunto de imagens, o espetáculo se transformou em nosso modo de vida e em nossa visão de mundo, na forma como nos relacionamos uns com os outros e na maneira como o mundo se organiza.” (Sibilia, 2008, p.44).

⁵⁸ “O novo pendor da confissão pública não pode ser explicado por fatores “específicos da idade” – não só por eles” (Bauman, 2008, p.9)

Outras autoras remetem à questão do espetáculo neste âmbito como pode-se conferir na citação a seguir:

O ingresso, no mundo da “aparência”, daquilo que antes se encontrava recolhido na interioridade ou na privacidade atesta uma subjetividade, um sentido e uma experiência da intimidade que se constituem prioritariamente na exposição ao olhar do outro. Daí o retorno ou a pertinência da questão do espetáculo. Certamente, podemos falar de espetacularização da intimidade, mas não por vermos aí uma forma degradada e menos autêntica da intimidade, mas por esta se constituir numa curiosa proximidade com o espectador. (Bruno e Pedro, 2005, p.1)

E esta proximidade é, agora mais do que nunca, profunda. Talvez até por esta proximidade com o espectador ser mais intensa e o indivíduo ter consciência da sua existência (amigos e familiares identificados na sua rede social *online*) e sua potencial existência (se a pessoa possui na web uma página aberta⁵⁹ com seu perfil) a maneira dele se comportar pode, de modo consciente ou não, levar este indivíduo a agir através de palavras escritas, fotografias, ilustrações, vídeos e outros de uma forma menos espontânea, mais orquestrada no sentido de que suas ações podem ser baseadas naquilo que ele imagina que será a forma que a sua mensagem será recebida em determinado *site* de rede social, por exemplo.

O espetáculo “nada mais diz senão que “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (Debord, 2005, p.12). O que importa é a aparência.

A primeira fase da dominação da economia sobre a vida social levou, na definição de toda a realização humana, a uma evidente degradação do *ser em ter*. A fase presente da ocupação total da vida social pelos resultados acumulados da economia conduz a um deslizar generalizado do *ter* em *parecer*, de todo o «ter» efectivo deve tirar o seu prestígio imediato e a sua função última. Ao mesmo tempo, toda a realidade individual se tornou social, directamente dependente do poderio social, por ele moldada. Somente nisto em que ela *não é*, lhe é permitido aparecer. (Debord, 2005, p.13)

Sibilia (2008) faz uma observação interessante ao dizer que no espetacularizado século XXI

em vez de reconhecer na ficção da tela um reflexo da nossa vida real, cada vez mais avaliamos a própria vida “segundo o grau em que ela satisfaz as expectativas narrativas criadas pelo cinema”, como insinua Neal Gabler (...) Valorizamos a própria vida em função da sua capacidade de se tornar, de fato, um verdadeiro filme. (Sibilia, 2008, p.49)

⁵⁹ Sem travas, o que significa dizer que todos os usuários do *Facebook* têm acesso às informações ali contidas.

A autora complementa ainda que os sujeitos contemporâneos adaptam os eventos principais de suas vidas às câmeras, como um personagem. Este personagem dos dias atuais tende a atuar como se sempre estivesse diante de uma câmera.

E sim, muitas vezes, de fato está: em um elevador monitorado, no *background* de uma foto de um desconhecido, no vídeo de um amigo que o jogará na internet praticamente em tempo real etc. Portanto, além da exposição consentida, há também aquela que foge ao domínio do indivíduo. E, ao saber da existência de tais recursos, o indivíduo passa a se comportar diante da potência deles. A maneira como ele é visto, e agora ele é mais do que nunca, vai afetar sua própria constituição, a maneira de lidar com os outros e até consigo mesmo. Fica cada vez mais difícil conseguir separar ficção da realidade. Até mesmo as relações entre os indivíduos são materializadas em imagens e tornadas espetáculos.

“O espetáculo contemporâneo, materializado, por exemplo, nas práticas de exposição de si na internet, precisa constituir o olhar do outro e garanti-lo para si” (Bruno e Pedro, 2005, p.14). Assim como em locais físicos, as pessoas vão para o ambiente *online* da moda para serem vistas, notadas, reconhecidas. E, atualmente, um dos locais da moda é o *Facebook*.

Ainda sobre esta questão, Boyd (2007) afirma que os adolescentes, ao criarem seus perfis nas redes sociais⁶⁰, fazem isso pensando na maneira como querem ser representados, vistos por aqueles que eles imaginam ser seu público. Neste quesito, especificamente, é proposto aqui estender isto aos demais usuários que não sejam adolescentes.

Criação de auto-representações digitais tornou-se um ato comum para muitos adolescentes. Desde a escolha de um título representativo para um programa de mensagens instantâneas a atualização de um blog a manter um perfil em um *site* de rede social, os adolescentes que conheci muitas vezes deparam-se com a pressão de serem sagazes, divertidos, criativos ou de algum modo interessante enquanto exercem sua presença *online*. (Boyd, 2007, p.129)⁶¹

Esta pressão por ser notada, reconhecida e até mesmo aprovada por outros usuários também não é exclusividade de uma faixa etária.

⁶⁰ Seu estudo é focado no *Facebook* e ao *Myspace*.

⁶¹ Tradução da autora para “Creating digital self-representations has become a common act for many teens. From choosing a representative IM screen name to updating a blog to maintaining a social network site profile, the teens I met often face pressure to be witty, entertaining, creative, or otherwise interesting while writing themselves into being online”.

É preciso reafirmar que, ao criar e manter um perfil, uma autorepresentação *online*, as pessoas tendem a se preocupar com sua audiência, considerar o que elas vão interpretar das informações publicadas. É a sua representação que distinguirá de quem está ao seu redor. Através da interpretação das informações, fotografias, mensagens trocadas de um usuário do *Facebook*, por exemplo, é provável que o visitante do perfil suponha que o dono do perfil é divertido, aprecia determinado tipo de literatura, tem uma postura ecológica, entre outras questões. É lógico que isso nem sempre corresponde de fato. A pessoa pode, por exemplo, descrever que tem o hábito de ler os clássicos da literatura mundial, escutar música clássica e, na verdade, não colocar isto em prática.

Twenge e Campbell (2009) defendem que a Web 2.0 potencializa a cultura narcisista, típica de nosso tempo, por ampliar as formas de celebração de si e autopromoção. Os *sites* de relacionamento, por sua vez, acabam incentivando a vaidade e competição. Como mostram pesquisas dos autores, jovens esforçam-se para mostrar em seus perfis fotos e textos que lhes valorizam e promovem o incremento do número de pessoas que lhes adicionam como “amigos”. (Primo, 2009, p.8)

Isto demonstra o quanto é grande a preocupação de como as informações colocadas na internet, especialmente nos *sites* de redes sociais, serão interpretadas. “A imagem de cada um é a sua própria imagem, um capital tão valioso que é necessário cuidá-lo e cultivá-lo, a fim de encarnar um personagem atraente no competitivo mercado dos olhares.” (Sibilia, 2008, p.255).

II.3 Os *sites* de redes sociais e a visibilidade

Com o advento das redes telemáticas, especialmente a internet, a visibilidade do indivíduo comum, ordinário, sofre uma considerável expansão. “Certamente que o íntimo é também revelado pelo retrato visual ou escrito.” (Ranun, 1990, p.212). Na tentativa de ser visto, os sujeitos se apropriam de diversas ferramentas *online* constituídas através de imagens e/ou palavras (*fotologs*, *YouTube*, *sites* como *Facebook*, *Orkut* e *hi5*).

Desta maneira, expõem suas vidas, de modo tão íntimo e tão amplo – já que a internet possibilita uma audiência de milhares e até milhões de pessoas – para os seus familiares, amigos e, em alguns casos, até mesmo para pessoas desconhecidas. Quanto à questão da audiência na internet é preciso fazer uma ressalva: “A Internet tornou

possível para qualquer um transmitir conteúdo e criar públicos, embora isto não seja uma garantia de audiência.”⁶² (Boyd, 2008, p.29).

Para Sibilia, no século XXI, as pessoas são convocadas a se mostrarem, as construções de si são “orientadas para o olhar alheio ou “exteriorizadas”, não mais introspectivas ou intimistas” (Sibilia, 2008, p.23). As vidas são exibidas naquilo que elas têm de mais banal, é corriqueiro que as pessoas postem no seu *Twitter*, *Facebook* ou em outras ferramentas *online* fragmentos de atividades e emoções do seu dia a dia, como: “Meio cansado, vou é dormir. :D”; “Bom dia a todos que começaram com uma corrida matinal e um problema com o gás da cozinha.”; “Biscoitinho de cebola que eu não consigo parar de comer”; “Vou tomar um banho, jogar um #ps3 e depois almoçar. #partiu”⁶³ Sibilia chama a atenção para o paradoxo que se apresenta hoje em dia: ao mesmo tempo que a nova mídia eletrônica permite que qualquer um possa ser visto, lido ou ouvido por milhões de pessoas, talvez esta multidão de produtores não tenha nada a dizer.

A citação a seguir, embora focada nas *webcams* e *blogs*, é passível de ser aplicada aos *sites* de rede social, já que a exposição da vida banal também é constatada neste espaço.

Participar, a partir desta visão espetacular, da vida banal de outra pessoa, me faz sentir re-ligado, próximo. Com as webcams e os diários pessoais não estamos sozinhos quando olhos estranhos nos espreitam. Compartilhando a banalidade podemos suportar melhor a existência. E o mesmo acontece com aquele que é visto, já que ser visto é também estar junto. Revelar a privacidade é aqui um exercício que pode e deve permitir a conexão. No fundo estamos sempre lutando contra a solidão, contra o desencontro e o estranhamento (Lemos, 2002, p.13)

O fato de os acontecimentos banais das vidas das pessoas serem expostos de modo nunca visto antes não significa dizer que os grandes acontecimentos foram deixados de lado. Em “História da vida privada. Da Europa Feudal ao Renascimento”, Roncière (1990) pontua que, por costume, em certas ocasiões, a família estende ao público sua intimidade e assuntos privados. Estas ocasiões são configuradas quando ocorrem os grandes momentos familiares em que os fatos privados chamam a atenção do público, seja como participante ou testemunha de determinado evento (casamento, enterro, batizado etc.). “Em todos os meios sociais se dá a estas cerimônias uma

⁶² Tradução da autora para “The Internet made it possible for anyone to broadcast content and create publics, although it did not guarantee an audience.”

⁶³ Referências retiradas aleatoriamente de quatro usuários do *Twitter* no dia 07 de julho de 2011.

publicidade particular, e a multidão que aí ocorre ultrapassa em muito os limites da família e do meio privado.” (Roncière, 1990, p.298).

Já na era contemporânea não só os grandes momentos, mas também a vida banal é colocada *online* (e tudo tornado público): fotografias pessoais, opiniões, vídeos – elementos de uma vida que raramente saíam do ambiente familiar. Muitos usuários chegam até mesmo a expor fotos e/ou vídeos de seu casamento, de viagens (em trajes que vão do agasalho ao traje de banho na praia), da sua casa, do momento do parto do seu filho, do batizado, entre outros exemplos. Alguns contam que perderam um grande amor ou que foram traídos, ou que estão mal financeiramente, ou que estão de luto... Momentos íntimos que, em uma época anterior aos *sites* de redes sociais, eram praticamente impossíveis de ser vistos por tantas pessoas.

Hoje em dia, é muito comum que as pessoas façam vídeos ou fotos do seu cotidiano e lancem na internet – às vezes o intervalo entre o ocorrido e a postagem é realizado em questão de minutos. A proporção do número de internautas que mantêm esta prática é grande. Isto, antes dos *sites* de redes sociais – aliados à era digital que permitiu uma maior velocidade de captura e transposição de fotos e vídeos –, não era possível.

Do mesmo modo que não se pode afirmar que o corpo e a experiência que se faz dele tornam-se menos verdadeiros com o silicone, ou que o bem-estar psíquico é menos autêntico sob o efeito de antidepressivos, não se pode afirmar que a intimidade construída na artificialidade das tecnologias de comunicação seja menos autêntica e verdadeira. Todos esses instrumentos e dispositivos assistem o indivíduo contemporâneo para o qual uma nova norma a ser cumprida parece ser a da autonomia e da responsabilidade por si mesmo. (Bruno, 2004, p.119)

Como bem pontuou Bruno na citação anterior, não é porque a intimidade passou a ser construída com o uso das novas tecnologias de comunicação que se deve ter um olhar pejorativo em relação a isso, mas sim ter em mente que estas ferramentas trazem novos contornos para esta construção e não tornam, por si só, esta intimidade menos verdadeira do que uma que não tenha sido construída sem esta relação.

O fato de a vida privada de pessoas comuns ser tornada pública pode não ser novidade (visto que alguns programas de televisão, só para citar um exemplo, já faziam isto antes dos *sites* de redes sociais), porém é com a internet que este fato ganha maior proporção e se torna uma tendência. Tendência porque não são todas as pessoas que têm

acesso à internet.⁶⁴ Para além disso, outras tantas têm acesso, mas não abrem uma conta em um *site* de rede social. E ainda mais: outras têm uma conta, mas não utilizam os *sites* de redes sociais, *blogs* ou outras ferramentas *online* para exporem seus segredos, sentimentos e atividades. Porém, é significativo o número de usuários que utilizam as novas tecnologias para se exibirem de alguma forma, para fins pessoais e/ou profissionais. É chegada a era da visibilidade, onde aquele que não é visto, exposto, muitas vezes é deixado de lado, fica excluído de algumas conversas, alguns convites para eventos, entre outras situações.

Esta nova possibilidade de se ligar ao outro acaba por tornar as relações mais visíveis. Como já citado, o limiar entre o público e privado sofre uma profunda reconfiguração. “A intimidade constitui-se em uma matéria artificialmente assistida e produzida na presença explícita do olhar do outro” (Bruno e Pedro, 2005, p.14), informações que antes circulavam somente dentro de um círculo familiar ou restrito de amigos agora são tornadas públicas.

Boa parte desta superexposição é feita através de fotografias. No *Facebook*, por exemplo, a exposição de fotos dos usuários tem uma grande importância, pois a audiência – já que tanto aqui se falou de espetáculo – além de ler a descrição do que determinada pessoa está a fazer, quer acompanhá-la também através de registros fotográficos, audiovisuais. “Adquirir e exibir a própria imagem engana a angústia; é demonstrar a existência, assegurar-lhe o rastro.” (Corbin, 1990, p.423). Assim, registrar é conceder uma importância à sua vida e, por extensão, à própria pessoa.

Há várias formas de comunicação *online* que costumam ser utilizadas e contribuem para a expansão da visibilidade na contemporaneidade. Entre estas formas, estão os *sites* de redes sociais. Tais *sites*, a exemplo do *Facebook*, são uma espécie de narrativas do *eu*, pois é possível que o utilizador, através do seu perfil/sua página pessoal no *site* em questão, detalhe a sua vida: divulgue, através de mensagens verbais e não-verbais o que está a fazer, planos para o futuro, o que deseja, quais são as suas preferências, desde gastronômica até opção sexual.

O número de pessoas que acessam estes *sites* é significativo. O surgimento deles se deu no final da década de noventa, a sua popularização começou em torno de 2003, e

⁶⁴ Segundo o Ibope, o número de internautas com acesso disponível no Brasil atingiu 54,5 milhões em novembro de 2010. Fonte: < <http://colunas.epocanegocios.globo.com/tecneira/2011/01/07/internautas-brasileiros-atingem-436-milhoes-em-novembro-diz-ibope/> >. Acesso em 07/07/2011.

o número de *sites* e de usuários tem sido crescente desde então. Aos poucos, tais *sites* começaram a fazer parte da vida das pessoas. No Brasil, oito em cada dez internautas fazem uso deles⁶⁵, em Portugal 56,4% dos internautas⁶⁶. Há inúmeros espalhados pelo mundo: *Linkedin*, *MySpace*, *Flickr*⁶⁷, *YouTube*⁶⁸. A dinâmica dos *sites* mais populares muda até em questão de meses. Um *site* novo do gênero que promete dar “trabalho” para o *Facebook* é o *Google Plus*⁶⁹. Os mais populares no Brasil são o *Orkut*, *Facebook* e *Twitter*, e em Portugal, o *Facebook*, *hi5* e *Twitter*. A seguir, uma breve explicação sobre cada uma destas ferramentas.

Twitter: neste *site*, criado em 2006, cada pessoa registrada tem uma página na qual escreve suas mensagens em até 140 caracteres. Baseada na observação do *Twitter* e *microblogs* semelhantes, Sibilia afirma que há uma tendência para que os relatos de si sejam cada vez mais “instantâneos, presentes, breves e explícitos” (Sibilia, 2008, p.137). Há espaço para uma foto que representa o usuário e outro espaço com até 160 caracteres para que o próprio se descreva. A foto aparece tanto na página da pessoa, quanto ao lado de cada mensagem postada por ela. O teor das mensagens vai variar de indivíduo para indivíduo, mas, de uma forma geral, o *Twitter* é utilizado para compartilhar informações (notícias, pesquisas etc.) e também para compartilhar o que se está fazendo ou sentindo em determinado momento. Caso um usuário X seja um seguidor (ou, na nomenclatura do *Twitter*: *follower*) de Y e Z, aparecerá na sua página as mensagens publicadas por Y e Z, isto é, na página de cada usuário só aparecem as mensagens publicadas por aquelas pessoas que ele adiciona ao seu perfil. Tudo o que

⁶⁵ Pesquisa realizada pelo Instituto Nielsen e publicada no Portal UOL em 15.06.2010. Disponível em <<http://tecnologia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2010/06/15/oito-em-cada-dez-internautas-brasileiros-acessam-redes-sociais-diz-pesquisa.jhtm>> Acesso em 20.06.2011

⁶⁶ Dados retirados do relatório “A utilização de Internet em Portugal 2010”. Disponível em <http://www.lini-research.org/np4/?newsId=14&fileName=Relat_rio_UMIC_Final.pdf> Acesso em 20.06.2011.

⁶⁷ Tais sites foram enquadrados como sites de redes sociais baseados no conceito abordado no primeiro capítulo desta pesquisa, mais especificamente no item I.3.

⁶⁸ Resumindo a abordagem do item I.3 o *YouTube* pode ser classificado como um site de rede social por atender a alguns requisitos como permitir construir um perfil público, estabelecer uma conexão com uma lista de outros usuários, navegar na própria lista de conexões e de outros usuários. É possível aos usuários articular e tornar visíveis as suas redes sociais. Porém, é muito comum que as pessoas utilizem este site também como um site de pesquisa, compartilhamento *linkado* com *Facebook*, por exemplo, já muitas não chegam a ter uma conta no *YouTube*, mas frequentemente acessam o site para ver vídeos. Talvez por isso apesar de ele ser tão utilizado, ainda assim não aparece nas pesquisas entre os sites de redes sociais mais populares. Outra hipótese é que muitas pesquisas não chegam a adotá-lo como um site de rede social propriamente dito.

⁶⁹ Lançado pela Google em 2011 o site de rede social vem crescendo rapidamente e já conta com mais de 25 milhões de usuários, 780 mil vivem no Brasil. Fonte: <<http://info.abril.com.br/noticias/internet/google-tem-25-milhoes-de-usuarios-diz-coms-03082011-1.shl>> Acesso em 04/09/2011.

cada usuário escreve fica registrado na sua página do *Twitter*. Este tem duas opções: deixar seu perfil “aberto” (qualquer pessoa que acessar a página deste usuário poderá ler as mensagens postadas por ele) ou “trancado” (as únicas pessoas que têm acesso às mensagens do dono do perfil são aquelas que ele permite que sejam seus seguidores). É permitido o envio de mensagens públicas para usuários selecionados (é destinada a uma ou poucas pessoas especificamente, mas as mensagens ficam registradas na página do dono do perfil) e também privadas (não aparece na página pública do usuário e só quem pode ver é a pessoa que recebeu a mensagem privada e a que enviou).

Orkut: site de rede social, pertencente à marca Google, que foi criado em 2004. Atualmente mais da metade de seus participantes são brasileiros, com idade entre 18 e 25 anos⁷⁰. Ao entrar no *Orkut* o utilizador cria um perfil. Através do perfil é possível se conectar a amigos e comunidades (termos utilizados pela rede social em questão). As comunidades são sobre temas bem amplos, como exemplo: “Cibercultura”, “Eu adoro beijo na boca”, “Jesus...meu amigo fiel!!!” “Somos loucos por cachorros”. As comunidades do site apresentam fóruns (algumas restringem a participação aos seus integrantes, já outras não. As pessoas podem criar e/ou responder aos tópicos do fórum); sondagens (pode-se criar uma pergunta e as possíveis respostas para que os membros da comunidade assinalarem uma ou mais alternativas); eventos e também apresentam comunidades relacionadas (outras comunidades aparecem na página da comunidade em questão, o responsável por *linkar* estas comunidades é o proprietário). Além do proprietário, há o(s) moderador(es) – aquele(s) que pode(m) apagar comentários, aceitar, banir membros da comunidade etc. Na página principal de cada usuário há o espaço para adicionar álbuns de fotos, vídeos, enviar e receber mensagens através de um bloco de recados, escrever e receber testemunhos (depoimentos dos amigos), descrever idade, opção sexual etc. É possível conversar “cara a cara” com os amigos, com o auxílio de uma *webcam*, através de um vídeo *chat* diretamente do site.

*hi5*⁷¹: criado em 2003, o *hi5* chegou a ter grande popularidade em alguns países, entre eles Portugal. Embora tenha perdido recentemente a liderança neste país para o *Facebook*, o site ainda possui muitos utilizadores. A mecânica dele não difere muito da do *Orkut*: cada pessoa inscrita possui uma página particular onde são cadastradas

⁷⁰ Dados retirados do próprio site *Orkut* (<http://www.orkut.com/Main#MembersAll>) em 10 de julho de 2010. É preciso ressaltar que estes dados não são 100% corretos, há muitas pessoas, até mesmo crianças, que possuem perfis no *Orkut* e, como a idade mínima a declarar é 18 anos, declaram uma idade que não é verdadeira.

⁷¹ www.hi5.com

algumas informações como nome, data e local de nascimento, religião, idiomas, informações de contato e interesses. Algumas questões diferem do *Orkut* como a possibilidade de customizar um avatar, um espaço chamado “namorar” onde é possível enviar pedidos de namoro, classificar pretendentes, entre outras ações. Aqui não há comunidades, e sim grupos, porém o funcionamento também se assemelha ao do *Orkut*.

Facebook: por se tratar do objeto de estudo da presente pesquisa, esta ferramenta será abordada de modo mais detalhado que as demais no próximo capítulo.

Existem outras ferramentas de conversação *online* como *MSN*, *Gtalk*, *Spype* etc., mas são mais voltadas para a conversa em tempo real. O que não significa que todas as conversas tidas em tais ambientes sejam caracterizadas pelo tempo real, pois há quem responda ao seu interlocutor, mesmo nestes programas, depois de alguns minutos ou até mesmo dias. Além disso, alguns *sites* de redes sociais, a exemplo do *Facebook*, também têm seu serviço de *chat*, mais voltado para a conversação em tempo real do que as demais ferramentas do próprio *Facebook*. Também há os *sites* de compartilhamento, como o *YouTube*, entre outros, que, por mais que seja possível admiti-los como *sites* de redes sociais, a apropriação feita efetivamente por grande parte das pessoas ainda é no sentido de pesquisa, isto é, o usuário entra no *site* e assiste aos vídeos, mas não abre um perfil no referido *site*, nem mesmo posta nenhum comentário sobre o que assiste lá.

A professora Maria Lucília Marcos afirma que a mediação tecnológica propõe novas formas de subjetivação e que “as novas formas de subjetividade que hoje nos interpelam são inevitavelmente determinadas pela tecnologia da rede, pelas possibilidades teoricamente infinitas de novas conexões, embora sempre finitas na prática.” (Marcos, 2002, p.424). Os modos de experiência e de interiorização do homem sofrem mudanças, pois, com as novas tecnologias, há um alargamento, expansão dos espaços já conhecidos e, conseqüentemente, o modo como os indivíduos os experimentam é transformado.

Diante do *outro*, *eu* reflito sobre mim. O ser humano é moldado através do seu encontro com o *outro*, de seus diálogos sociais, e para que esta interação ocorra é utilizada a comunicação. E se a plataforma desta é profundamente modificada, invariavelmente a sua relação com o *outro* (a experiência do contato), consigo mesmo e com o resto do mundo também sofre mudanças. Todas as ferramentas *online* recém-citadas, cada uma ao seu modo, colaboram para que haja uma maior visibilidade da vida privada contemporânea.

Rheingold (1998) afirma que nós seres humanos temos as nossas percepções, pensamentos e personalidades afetados pela forma com que usamos os meios e eles usam a nós. Outras autoras também identificaram a importância das tecnologias para a subjetividade humana. “A produção de novas tecnologias expande a cartografia dos espaços conhecidos e suas possibilidades de experimentação, provocando um deslocamento nos modos de experiência e interiorização do homem” (Tucherman, 2002, p.57) “A rede mundial de computadores se tornou um grande laboratório, um terreno propício para experimentar e criar novas subjetividades: em seus meandros nascem formas inovadoras de ser e estar no mundo.” (Sibilia, 2008, p.27). O exercício de si, a construção de cada um se dá muitas vezes também no ambiente *online*. Portanto, não é uma simples mudança de suporte. A autora ainda observa que as práticas de espetacularização do *eu* e da intimidade influenciam o modo pelo qual uma pessoa se torna quem é. Em outras palavras, Turkle (1997) também evidencia este fenômeno: “na realidade virtual, moldamo-nos e criamo-nos a nós mesmos” (*Ibidem*, p.265).

Em entrevista, Sibilia afirma que o *eu* precisa elaborar suas experiências e compreender o que lhe acontece. Para conseguir isso é preciso exercícios de introspecção como o diário íntimo, cartas, entre outros. Tais práticas antes eram situadas na interioridade, dentro de cada indivíduo, “agora, há um deslocamento que desinfla a interioridade, tirando seus conteúdos, e o eixo e o centro do que somos deixa de estar aí dentro para mostrar-se, para estar visível, e isso faz com que a estabilidade do “eu” se perca, com o bem e com o mal que isso implica⁷²” (Sibilia e Martyniuk, 2008)⁷³. Em seu livro “O show do eu”, a autora observa que há um “grande movimento de mutação subjetiva, que empurra paulatinamente os eixos do *eu* em direção a outras zonas: do interior para o exterior, da alma para a pele, do quarto próprio para as telas de vidro”. (Sibilia, 2008, p.90). Ela ainda observa que muitos tentam explicar a exposição da intimidade na mídia contemporânea como um aprofundamento de um narcisismo, *voyeurismo*, porém, esta não seria uma resposta suficiente.

Vários indícios levam a pensar em um conjunto de alterações bem mais radicais, que afetam os próprios mecanismos de constituição da subjetividade. Um olhar atento poderá detectar, por toda a parte, uma fatura

⁷² Tradução da autora para “Ahora hay un desplazamiento que desinfla la interioridad, sacando sus contenidos, y el eje y el centro de lo que somos deja de estar ahí adentro para mostrarse, para estar visible, y esto hace que la estabilidad del yo se pierda, con lo bueno y lo malo que esto implica.”

⁷³ SIBILIA, Paula e Martyniuk, Claudio. “Paula Sibilia: antes lo íntimo era secreto, ahora se lo hace público en Internet” in: Jornal Clarín. Domingo 21, setembro de 2008. Entrevista disponível em < <http://edant.clarin.com/suplementos/zona/2008/09/21/z-01764657.htm> > Acesso em 02 de junho de 2011.

de sinais de mutação, múltiplos sintomas de um distanciamento com relação a um modelo de *eu* que marcou uma época, mas que agora está se esfacelando. Ou que, pelo menos, parece se metamorfosear de forma gradativa embora veloz e pertinaz, acompanhando as mudanças que estão ocorrendo em todos os âmbitos, compassadas pelos vertiginosos processos de globalização, aceleração, digitalização e espetacularização do nosso mundo. (Sibilia, 2008, p.91)

Recuero pontua que, ao mesmo tempo que o ciberespaço é um espaço privado, também é público e que “a individualização dessa expressão, de alguém “que fala” através desse espaço, é que permite que as redes sociais sejam expressas na internet” (Recuero, 2009, p.27). E assim o *eu* vai se moldando diante do olhar do *outro*.

Judith Donath (1999) sustenta que a percepção do Outro é essencial para a interação humana. Ela mostra que, no ciberespaço, pela ausência de informações que geralmente permeiam a comunicação face a face, as pessoas são julgadas e percebidas por suas palavras. Essas palavras, constituídas como expressões de alguém, legitimadas pelos grupos sociais, constroem as percepções que os indivíduos têm dos atores sociais. É preciso, assim, colocar rostos, informações que gerem individualidade e empatia, na informação geralmente anônima do ciberespaço. Este requisito é fundamental para que a comunicação possa ser estruturada. (Recuero, 2009, p.27)

Nos *sites* de redes sociais, especificamente, pode-se dizer que além das palavras, como bem foi pontuado no parágrafo anterior, o utilizador também é julgado e percebido pelas fotos e vídeos que publica, os grupos ou comunidades aos quais está associado, os filmes, músicas, lazer, entre outros gostos que são apresentados no perfil ou em outra página do usuário, as declarações de pessoas de sua rede *online*, as respostas a estas pessoas etc.

Como mencionado no primeiro capítulo, Lanier defende que com o uso ao longo dos anos deste tipo de sistema, a pessoa pode começar a ver a si mesma pela lógica deste sistema, isto é, de uma forma simplificada. O seguinte trecho retirado de uma entrevista do pesquisador à Revista Veja reforça seu argumento.

nas redes sociais, você cria uma versão simplificada de você mesmo para que o software possa entender: esse é o status do meu relacionamento, estes são meus interesses, este é o tipo de música que eu gosto. São informações simples que o computador pode entender, catalogar, processar. Mas é claro que nenhuma pessoa, a menos que seja um idiota, pode ser representada por essas definições. Elas são como uma caricatura. (Lanier, 2010)⁷⁴

Em seu livro ele lança a declaração “Estou a acusar todas aquelas centenas de milhões de usuários de *sites* de redes sociais de reduzirem-se para serem capazes de usar

⁷⁴ LANIER, Jaron. A Internet está errada. Revista Veja, 16/07/2010. <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/jaron-lanier-a-internet-esta-errada>> Acesso em 03 de fevereiro de 2011.

os serviços? Bem, sim, eu estou.” (Lanier, 2010, p.39)⁷⁵ Também não seria errôneo concluir que não só a pessoa pode passar a se ver de maneira simplificada como também ver aos outros desta forma. Entender que determinada pessoa usuária de um *site* de rede social é exatamente igual a representação que ela faz de si própria na web. E isso não significa dizer que Lanier seja contra as pessoas estarem na internet, mas o fato de elas se encaixarem num modelo amarrado de *site* de relacionamentos faz com que se reduzam na visão do autor.

Tudo isto pode soar um pouco exagerado para muitos, mas não seria uma realidade distante demais afirmar que as pessoas podem, por exemplo, passar a quantificar os amigos que compareceram ao seu aniversário. Como também preocuparem-se, durante seus passeios ou momentos de lazer, mais em tirar fotos daquilo que estão vendo (mas estão enxergando?) para mostrar aos “amigos” de *Facebook* do que propriamente em aproveitar o lugar e o momento. Muitos se preocupam mais em registrar o que estão vivendo para depois expor ao olhar dos *outros* do que propriamente viver aquilo que estão registrando.

Seria bastante bem-vinda uma autoanálise de tantas práticas de interação *online* que passaram a fazer parte do cotidiano de grande parte das pessoas, entender como tais práticas ressignificam muitas questões pessoais, sociais etc. Turkle demonstra que isso pode sim ser feito quando exemplifica uma das discussões passadas na WELL.

os participantes manifestaram o sentimento comum de que as suas identidades virtuais eram objectos evocativos para pensar acerca do eu. Vários deles declararam que as experiências no espaço virtual os haviam obrigado a prestar mais atenção a aspectos do real até que aí lhes pareciam naturais. (Turkle, 2007, p.383)

As práticas sociais mediadas pelas novas tecnologias podem servir como um exercício de observação do *outro* e auto-observação. “De tanto vermos a nossa imagem reflectida no espelho das máquinas, acabamos por olhar para nós próprios de uma forma diferente.” (*Ibidem*, p.11) Ainda segundo a autora, a necessidade de uma filosofia prática do autoconhecimento nunca foi tão grande, pois é necessário extrair um sentido da vida na tela do computador. É preciso usar as experiências tidas no mundo *online* para enriquecer o *offline*.

⁷⁵ Tradução da autora para “Am I accusing all those hundreds of millions of users of social networking sites of reducing themselves in order to be able to use the services? Well, yes, I am.”

III. A VISIBILIDADE NO SITE DE REDE SOCIAL *FACEBOOK*

III.1 *Facebook* – a história

Em fevereiro de 2004, Mark Zuckerberg e três amigos da Universidade de Harvard lançam nos Estados Unidos, mais precisamente de dentro do seu dormitório acadêmico, o então TheFacebook.com.

A princípio o *site* de rede social que viria a se tornar o maior do mundo era disponibilizado somente para os estudantes da Universidade dos criadores. Depois passou a ser expandido também para outras universidades, como Stanford, Columbia e Yale.

Ainda em 2004, a empresa privada passa a ser sediada em Palo Alto, na Califórnia, local de significativo renome mundial para a área tecnológica. Em menos de um ano de atuação, o *site* obteve grandes investimentos e atingiu a marca de 1 milhão de usuários.

Em 2005, o *site* alcançou centenas de redes universitárias e, posteriormente, alunos de ensino médio e escolas de outros países também passaram a fazer parte dele. Em agosto de 2005, a marca deixou de usar o “*the*” no nome.

Em 2006, o *Facebook* atinge a marca de 12 milhões de usuários. No final de 2007, estreia o *Facebook Ads*, ferramenta para publicidade. Em 2008, a rede é traduzida para mais de vinte línguas e é implantado o *Facebook Chat*. Ainda em 2008, o *site* registra 100 milhões de usuários ativos.

De abril de 2009 a setembro do mesmo ano, o *site* passa de 200 milhões de usuários ativos a 300 milhões. Em fevereiro de 2010, a soma já era de 400 milhões⁷⁶. Porém nem tudo são boas notícias, a história do *Facebook* também é marcada por brigas judiciais nas quais o *site* perdeu alguns milhões de dólares. Em uma delas, o brasileiro Eduardo Saverin ganhou o direito a um percentual estimado em 5% de participação e o reconhecimento como cofundador do *Facebook*.

A marca está em expansão em número de usuários, cifras e em notoriedade. Em outubro de 2010, foi lançado o filme “A Rede Social” (*The Social Network*), dirigido por David Fincher e baseado no livro “Bilionários por Acaso”, de Bem Mezrich. Os dois materiais que focam a história nos bastidores da criação do *Facebook* não contaram

⁷⁶ Dados retirados da *Company Timeline* do Facebook. Ver bibliografia. Acesso em 13 de agosto de 2011.

com a colaboração de Zuckerberg. O livro foi criado a partir de conversas com algumas pessoas que fizeram parte do início da empresa. E o filme tem sua parcela de ficção.

O longa venceu o Globo de Ouro em quatro categorias, incluindo a de melhor filme, e também foi indicado ao Oscar em oito categorias, das quais ganhou três – roteiro adaptado, montagem e trilha sonora.

Em dezembro de 2010, a Revista Time elegeu Mark Zuckerberg personalidade do ano. Com apenas 26 anos, o fundador e CEO (*Chief Executive Officer*) do *Facebook* entra para a lista da revista ao lado de nomes como o cantor Bono, Hitler, Barack Obama, George W. Bush etc.

A empresa tem mais de 2.000 funcionários e possui, além da sede em Palo Alto, vários escritórios espalhados nos Estados Unidos e ao redor do mundo (em Paris, Londres, Milão, Madri, Singapura, Sidney, Tóquio, Toronto etc.). Em janeiro de 2011, a marca foi avaliada em 50 bilhões de dólares. Ainda no início do mesmo ano, a consultoria Experian Hitwise revelou que o *Facebook* ultrapassou o *Google* em número de visitas no período de janeiro a novembro de 2010 nos Estados Unidos.

Em setembro de 2011, o *site* somou a impressionante marca de 800 milhões de usuários ativos (os que fizeram *login* ao menos uma vez nos últimos trinta dias), destes 75% estão fora dos Estados Unidos. Há mais de 70 traduções disponíveis no *site* para atender a este público⁷⁷.

De acordo com as estatísticas divulgadas no *site*, diariamente mais de 2 bilhões de *posts* são “curtidos”⁷⁸ e comentados e em torno de 250 milhões de fotos são publicadas. A mesma fonte aponta para o fato de que mais de 350 milhões de usuários ativos acessam o *Facebook* através de dispositivos móveis (*smartphones*, *tablets*, *iphones* etc.). Tais pessoas são duas vezes mais ativas no *Facebook* do que aquelas que não são “usuárias móveis”.

Segundo pesquisa do IBOPE⁷⁹, o *Facebook*, em agosto de 2011, pela primeira vez, ultrapassou o *Orkut* em número de usuários únicos dos *sites* de redes sociais. O

⁷⁷ FACEBOOK. Company Timeline. 2011. Disponível em <<https://www.facebook.com/press/info.php?timeline#!/press/info.php?statistics>> Acesso: 14 de setembro de 2011.

⁷⁸ Relacionado ao botão “curtir” (Brasil) ou “gosto” (Portugal) que será apresentado no próximo item.

⁷⁹ Fonte: IBOPE <<http://www.ibope.com.br/calandraWeb/servlet/CalandraRedirect?temp=6&proj=PortalIBOPE&pub=T&n>

Orkut, o antigo líder, registrou um alcance de 64% (29 milhões de usuários), enquanto o *Facebook* registrou 68,2% (30,9 milhões) dos internautas que fazem uso do trabalho e de domicílios. Recuero afirma em seu *Twitter*⁸⁰ que a diferença entre os dois *sites* ainda é pequena e que a pesquisa não levou em consideração o acesso através de cibercafés (espaço em que boa parte da audiência do *Orkut* está – o *site* tem crescido nas camadas mais pobres da população). Em todo o caso, ela acredita que em questão de curto/médio prazo o *Facebook* irá superar o *Orkut* de maneira mais substancial.

O principal executivo do *Facebook* no Brasil, Alexandre Hohagen, anunciou em 20 de agosto de 2011, que o *site* já superou os 25 milhões de usuários no Brasil⁸¹. Ele acredita que o sucesso do filme “A rede social” ajudou a acelerar esta expansão.

A seguir, um panorama mundial onde é possível conferir a predoninância dos diversos *sites* de redes sociais – *Facebook*, *Orkut*, *V Kontakte*, *QZone*, *Odnoklassniki*, *Draugiem*, *Hyves*, *Zing* e *Mixi*.



Figura 1⁸²

Aqui fica evidente o predomínio do *Facebook* no cenário mundial. No Brasil, em junho, o *Orkut* ainda era o líder.

ome=home_materia&db=cald&docid=C2A2CAE41B62E75E83257907000EC04F > Acesso em 09 de setembro de 2011.

⁸⁰ <http://twitter.com/#!/raquelrecuero> Acesso em 10 de setembro de 2011.

⁸¹ Fonte: < <http://info.abril.com.br/noticias/mercado/facebook-supera-25-mi-usuarios-no-brasil-18082011-18.shl#ir> > Acesso em 02/08/2011.

⁸² Fonte: < <http://www.vincos.it/wp-content/uploads/2011/06/WMSN-Poster-0611-1024.png> > Acesso em 02/08/2011.

III.2 Facebook – o funcionamento


O *site* permite que o usuário tenha um perfil, público ou semipúblico, conectado a uma lista de perfis de outros usuários com os quais estabelece uma conexão. O perfil, além do espaço para uma imagem de apresentação⁸³, contém algumas informações sobre a pessoa.

Para além das “informações básicas” – cidade atual, cidade natal, gênero, data de nascimento, interesse em homens e/ou mulheres, idiomas, descrição pessoal da própria pessoa – existem mais outras informações que também podem ser exibidas no perfil. Na figura 2 (anexo 1), é possível ver do lado esquerdo que o usuário pode também divulgar seus dados pessoais, como, por exemplo: *status* de relacionamento; onde estudou e estuda; onde trabalhou e trabalha; atividades e interesses; religião; preferência política; músicas, livros, filmes, programas de televisão, jogos preferidos; times favoritos; esportes que pratica; telefones; endereço etc.

Todos estes dados, exceto o nome da pessoa, são opcionais, isto é, a pessoa responsável pelo perfil divulga se quiser. Pode, dentro dos limites estabelecidos pela plataforma, escolher quais destes dados julga mais conveniente expor ao público que faz parte do *Facebook* ou somente aos seus “amigos” de *Facebook* ou ainda a um número seletivo de pessoas escolhidas entre estes “amigos”. Se tais informações são customizáveis significa dizer que a exposição dos dados varia de perfil para perfil. Enquanto uns optam por divulgar para a audiência um grande número de detalhes pessoais, outros preferem ser mais discretos e disponibilizar no *site* de rede social somente um ou outro dado pessoal.

Uma das ferramentas do *Facebook* mais utilizadas pelos seus usuários é o “*status*” popularmente conhecido como “mural”. Nele o usuário pode postar *links*, fotos, vídeos, notas a respeito do desempenho em algum jogo que funciona no *Facebook*, comentários a respeito de algo pessoal, como uma viagem de férias, desentendimento com alguém, ou impessoal, como uma notícia sobre economia, política ou qualquer outro tema. No “*feed* de notícias” (situado na “página inicial”), é possível acompanhar o que todos os “amigos” postaram de conteúdo nas últimas horas. A figura 3 (anexo 1) ilustra um pouco do funcionamento desta ferramenta.

⁸³ Algumas pessoas não colocam uma imagem neste campo, outras colocam ilustração etc., mas a grande maioria substitui o espaço por uma fotografia pessoal que pode ou não identificar claramente quem é o(a) dono(a) do perfil.

Entre algumas das ferramentas do *Facebook* está o botão “curtir”⁸⁴ representado pelo símbolo . Ele é muito popular entre o público do *Facebook* e foi desenvolvido para indicar que alguém que viu um conteúdo postado por outra pessoa gosta, apoia, acha interessante aquele conteúdo. Outras ferramentas são: o botão “comentar”, que, quando acionado, abre uma caixa para que um usuário comente algo publicado no “mural” de um “amigo”; o botão “cutucar”⁸⁵ serve para flertar ou apenas para chamar a atenção de alguém: o botão “compartilhar”⁸⁶ é para que um usuário X possa disseminar, por exemplo, uma foto, um vídeo ou um *link* de um usuário Y, que seja seu “amigo” de *Facebook*, para o restante do grupo de “amigos” de X.

Além dos dados descritos no “perfil” pela própria pessoa, dos comentários no “mural”, há locais para postar fotos, vídeos, criar eventos, enviar mensagens privadas, conversar via *chat* com quem está *online* etc.

Também é possível “curtir” páginas de artistas, locais, marcas, instituições etc. como mostra a figura 6 a seguir. Tais páginas depois de “curtidas” passam a exibir um *link* no perfil do usuário.

III.3 O questionário, seus resultados e a interpretação dos dados

Com o objetivo de sondar o modo como os usuários expõem suas vidas no *Facebook*, um *site* de rede social propriamente dito⁸⁷, e assim entender melhor como se dá a visibilidade contemporânea, foi aplicado um questionário quantitativo e qualitativo com perguntas fechadas (quinze) e abertas (duas).

Embora comumente os métodos quantitativos e qualitativos sejam vistos como incompatíveis e mutuamente excludentes, é possível endendê-los como abordagens complementares (...) (Fragoso, Recuero e Amaral, 2011, p.67)

O questionário foi aplicado de forma *online*, através da ferramenta gratuita *Google Docs*⁸⁸ durante o período de 26 de agosto a 7 de setembro de 2011. A opção, por ser *online*, se deu por alguns motivos: pela praticidade na hora da aplicação, já que a pesquisadora gastaria mais tempo indo em várias agências de publicidade, jornais e em outros locais para coletar todas as respostas. Além da economia de papel e tinta para

⁸⁴ “Gosto” no português de Portugal.

⁸⁵ “Toque” no português de Portugal.

⁸⁶ “Partilhar” no português de Portugal.

⁸⁷ Como já explicitado no item I.3 do capítulo I.

⁸⁸ <http://docs.google.com>

impressão de, no mínimo, duzentos questionários. Outra questão que foi decisiva na hora de optar pela versão *online* foi o fato de o próprio objeto de estudo ser uma ferramenta que pertence a este ambiente. Assim, a divulgação do questionário, que foi feita por *e-mail* e também dentro do próprio *Facebook*, tornou possível a sua consulta ao mesmo tempo em que o pesquisado respondia às perguntas.

As autoras Fragoso, Recuero e Amaral (2011) observam que a internet é um universo difícil de recortar, em função de sua escala, heterogeneidade e dinamismo. A presente pesquisa teve esta difícil tarefa de fazer um recorte em um universo tão amplo e complexo como é o do *Facebook*.

O universo da pesquisa foi de duzentos pesquisados. Um texto⁸⁹ fazia o alerta para o público-alvo do questionário: brasileiros, com grau superior completo e usuários do *Facebook*.

A escolha pelo número duzentos se deu porque a terceira e a quarta questões (referentes à formação acadêmica e atividade profissional), que são peças-chave para a pesquisa, deveriam apresentar, cada uma, um número superior a cem pessoas na área da comunicação social e nas demais áreas.

Mais claramente: a 3ª questão – “Sua formação acadêmica (graduação, especialização, mestrado, doutorado ou pós-doc.) é na área de () comunicação social () demais áreas () ambas ” – registrou o número 106 de pessoas com conhecimento de comunicação social (como quem tem formação em “ambas” tem conhecimento de comunicação social, somando-se o número de respostas destes dois subitens teremos 106 pessoas), ver figura 6.

E a 4ª questão – “Sua atividade profissional: () comunicação social () demais áreas” – ver figura 11, somou 88 pessoas trabalham com comunicação social e 112 trabalham nas demais áreas. Logo, a 3ª questão registra mais de 100 pessoas com formação em comunicação social e a 4ª questão registra mais de 100 pessoas que trabalham em áreas que não pertencem à comunicação social. Assim, a pesquisa poderia estabelecer comparações para investigar: será que as pessoas que tem conhecimento

⁸⁹ “Este questionário é voltado somente para brasileiros, com grau superior completo e usuários do *Facebook* e profissionalmente ativos.”

mais aprofundado de comunicação social⁹⁰ – e logo de imagem – lidam de forma diferente com a sua visibilidade no *Facebook*?

Os pesquisados não eram identificados, isto é, o anonimato foi garantido em todas as respostas⁹¹. Esta escolha se deu porque, a princípio, as pessoas se sentiriam mais à vontade para dizer a verdade sobre o modo como se expõem no *site*.

Todas as questões eram obrigatórias, isto é, o pesquisado só podia enviar o questionário depois que ele respondesse a exatamente todas as questões.

Desde já é preciso pontuar que o questionário aplicado para enriquecer esta pesquisa, assim como qualquer outro, é uma amostragem aleatória, circunstancial e redutora. Não se deve, portanto, tirar conclusões definitivas a partir dele. O objetivo aqui é, antes de mais nada, gerar reflexão e debate a partir dos dados recolhidos.

Também é preciso fazer uma importante ressalva para um episódio que poderia passar despercebido até para os mais atentos. No dia 26 de agosto de 2011, o *Facebook* oficialmente implantou uma nova política de privacidade⁹² (de tempos em tempos algumas ferramentas relativas ao tema são modificadas). Segundo o *site*: “Para tornar a privacidade mais fácil de gerenciar, removemos algumas configurações e simplificamos outras, movemos alguns controles para frente e simplificamos a maneira como as marcas funcionam.”⁹³ Por coincidência, o questionário já havia sido aplicado e, como as respostas são anônimas, não seria possível recorrer a quem já havia respondido. Agora, no momento da análise, foi percebido que alguns itens foram modificados e outros excluídos. De maneira alguma este episódio invalida a pesquisa, já que o que interessa mais aqui é entender o modo como as pessoas se expõem no *site*. Porém a questão de número 5 (cinco), a única afetada, ressaltará o ocorrido novamente.

Ao ser encerrado o questionário, depois de duzentas pessoas responderem, o *Google Docs* gerou alguns gráficos, em formato de pizza e colunas, que apresentam o registro de números absolutos e percentuais. Tais registros serão apresentados a seguir, para que haja um acompanhamento dos gráficos juntamente com os comentários sobre

⁹⁰ Profissionais das áreas da publicidade e propaganda, jornalismo, relações públicas, rádio e televisão, cinema e vídeo que trabalham em empresas como agências de publicidade, empresas de assessoria de imprensa, comunicação empresarial, veículos de comunicação como rádio, TV, cinema, jornal e internet, produtoras de áudio e vídeo.

⁹¹ E isto era alertado no texto de abertura do questionário.

⁹² Fonte: Facebook <https://www.facebook.com/note.php?note_id=10150739961580301> Acesso em 12 de setembro de 2011.

⁹³ Fonte: Facebook <<https://www.facebook.com/help/?page=199415346770069>> Acesso em 12 de setembro de 2011.

os resultados de cada questão. Aqui, além dos gráficos de cada resposta, serão apresentados cruzamentos entre algumas perguntas, ampliando-se assim a visão sobre os pesquisados.

► Pergunta 1: Gênero



Figura 4: reprodução / Talita Guimarães

Das 200 pessoas que responderam ao questionário, 108 são do gênero feminino (54%) e 92 são do masculino (46%).

Das 108 mulheres que responderam ao questionário, 56 (51%) afirmam que expõem suas vidas no *Facebook* (16ª questão). Enquanto, dos 92 homens que responderam ao questionário, 46 (50%) afirmam que expõem suas vidas no *Facebook*. Logo, das pessoas que responderam ao questionário, o número de mulheres que admitem se expor é ligeiramente maior do que o de homens.

Em relação à 6ª questão, sobre o teor dos comentários, foi 91 (84%) o número de mulheres que assinalaram que fazem comentários pessoais no *site*. O número de homens que tecem comentários pessoais somou 76 (82%). Logo, as mulheres que responderam ao questionário afirmam postar mais comentários pessoais do que os homens, porém a diferença não é gritante.

► Pergunta 2: Idade

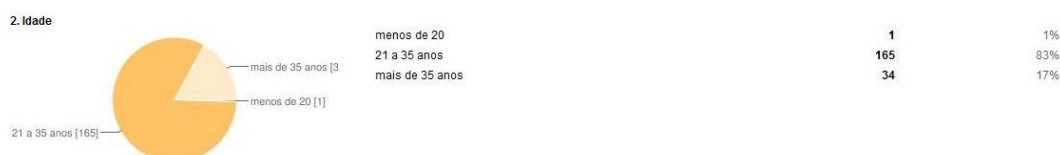


Figura 5: reprodução / Talita Guimarães

A maioria das pessoas que respondeu ao questionário tem de 21 a 35 anos (83%), 165 pessoas. 17% tem mais de 35 anos (34 pessoas) e somente 1% (1 pessoa)

tem menos de 20 anos. Este número de 1% deve-se provavelmente ao fato de que ao responder o questionário a pessoa era alertada (antes da primeira pergunta e novamente na terceira) para que somente respondesse às perguntas quem tivesse grau superior completo. Portanto, a pessoa pode ter entrado precocemente em uma faculdade ou ter mentido na resposta – algo a que muitas pesquisas estão sujeitas e não somente as que estão ambientadas no *online*.

Das 165 pessoas de 21 a 35 anos que responderam ao questionário, 85 afirmam expor suas vidas no *Facebook* (16ª questão), o que corresponde a 51%. Das 34 pessoas de mais de 35 anos que responderam ao questionário, 16 afirmam expor suas vidas no *Facebook* (16ª questão), o que corresponde a 47%. Já a única pessoa com menos de 20 que respondeu afirma se expor no *Facebook*.

► **Pergunta 3: Sua formação acadêmica (graduação, especialização, mestrado, doutorado ou pós-doc.) é na área de**

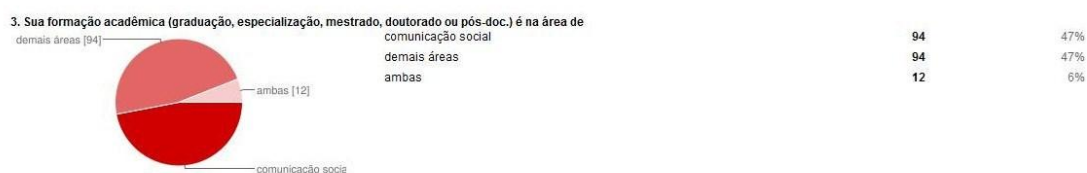


Figura 6: reprodução / Talita Guimarães

Esta pergunta apontou as seguintes respostas: 94 pessoas (47%) possuem formação acadêmica na área de comunicação social e outras 94 pessoas nas demais áreas. A alternativa “ambas” registrou 12 respostas (6%).

Neste item optou-se por somar “ambas” com “comunicação social” (o que gera o resultado de 106 pessoas), pois nos dois casos, a pessoa tem conhecimento da área, seja por ter duas graduações ou, por exemplo, graduação em Letras e mestrado em Comunicação Social.

► Pergunta 4: Atividade profissional:



Figura 7: reprodução / Talita Guimarães

Neste caso foi registrado um maior número de pessoas nas áreas que não pertencem à comunicação social (112 pessoas – 56%), enquanto as que trabalham com comunicação social somam 88 (44%). O questionário foi direcionado somente para aqueles que estão ativos no mercado de trabalho, por motivos de comparação entre os dois grupos (comunicação social e demais áreas) esta seleção facilitaria o processo, já que pode haver muita discrepância entre quem está trabalhando – pois seus comentários e fotos podem ter consequências neste ambiente – e quem está inativo, já que esta pessoa não tem este tipo de “amarras”. Este tipo de diferença, entre ativos e inativos profissionalmente, poderia, inclusive, ser abordado em um estudo posterior, já que também deve gerar resultados interessantes para discussão.

► Pergunta 5: Você publica no seu perfil do *Facebook*...

Esta pergunta apresenta várias questões dentro dela e por isso torna-se um pouco mais complexa de analisar. O indicado aqui será observar item por item.

Como citado anteriormente, o *Facebook*, ao implantar recentemente sua nova política de privacidade, modificou alguns itens, o que afetou (porém, novamente, não invalidou) esta questão.

Antes da modificação, a pessoa, ao preencher itens do seu “perfil”, podia tornar as informações públicas para “todos” (os usuários de internet), “amigos de amigos”, “amigos”⁹⁴ e “personalizado” (o usuário poderia excluir aqueles, entre seus “amigos”, que não poderiam ver suas informações). E, claro, ele poderia não publicar, divulgar para ninguém.

⁹⁴ Aqui, quando se falar deste grupo em especial, serão colocadas aspas, mas não para dar um sentido pejorativo (já que muitos dos “amigos” não são verdadeiramente amigos na vida *offline*, por exemplo), e sim porque é a nomenclatura utilizada pelo site.

Os elementos que foram alterados com a nova política de privacidade e que interferem nesta questão são os seguintes: o termo “todos” para “público”⁹⁵, o “amigos de amigos” para maiores de idade desapareceu (e este, no caso desta questão, é realmente o único que fará diferença, pois o questionário continha uma frase avisando que a pessoa deveria ser formada para respondê-lo. E, no Brasil, a idade dos alunos que concluem uma faculdade é superior a 18 anos – maioridade –, já que eles normalmente saem do ensino médio com uns 17 anos em média. Além disso, a duração dos cursos de graduação costuma ser de quatro anos), o “somente amigos” se transformou em “amigos” e o “personalizar” virou “personalizado”.

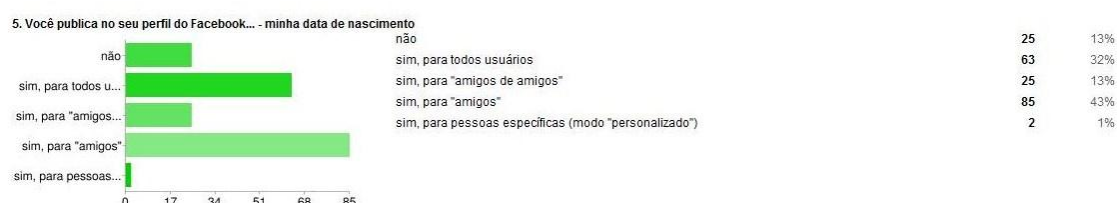


Figura 8: reprodução / Talita Guimarães

Sobre a data de nascimento, a maioria dos pesquisados, 43%, respondeu que publica suas fotos somente para “amigos”.

Em seguida, com 32%, estão aqueles que responderam que sim, publicam, e o fazem para todos os usuários do *Facebook*. Depois, empatados com 25%, estão os que publicam a data de nascimento somente para “amigos de amigos”, e aqueles que não publicam para ninguém o dia do aniversário.

Por último, apenas com 1%, estão aqueles que publicam a data dentro do “modo personalizado”, isto é, somente determinadas pessoas do seu círculo de amigos do *Facebook* possuem acesso a esta informação.

Das 106 pessoas que têm alguma formação acadêmica em comunicação social, somente 13, isto é, 12,26%, não publicam sua data de nascimento. Já das 94 pessoas

⁹⁵ “Alteramos Todos para Público para deixar ainda mais claro com quem você está compartilhando ao selecionar este público. A configuração ainda significa que todos na Internet poderão ver este conteúdo, e qualquer publicação anterior para Todos ainda estará visível para o mesmo público. (...) Isso é apenas uma alteração de nome e ainda se comporta da mesma forma. Por exemplo, se você publicou uma foto para Todos, agora seu status será Público, mas o público-alvo é exatamente o mesmo – qualquer pessoa na Internet poderá ver isso.” Fontes: <<https://www.facebook.com/about/sharing>> e <<https://www.facebook.com/about/sharing#!/about/details/>> Acesso em : 12 de setembro de 2011.

das demais áreas, 12 não publicam este item, isto é, 12,76%. Logo, aqui as pessoas da comunicação social divulgam mais suas informações, mas a diferença é muito pequena.

Se o comparativo se der a partir da atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham na área de comunicação social, apenas 8 – 9,09% não publicam sua data de nascimento. Já as 112 pessoas que trabalham em outras áreas que não são da comunicação social, 17 delas não publicam seu aniversário, 15,17%. Logo, o grupo de comunicação social divulga mais informações.

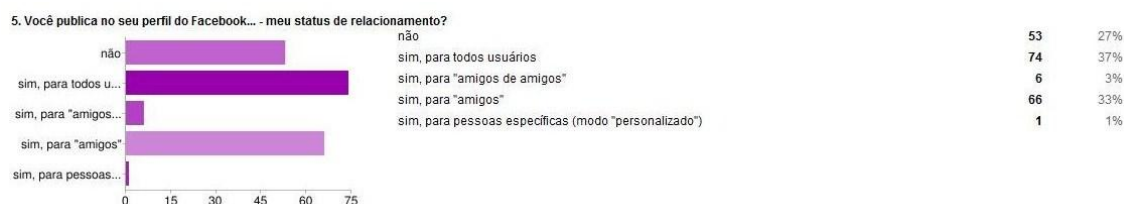


Figura 9: reprodução / Talita Guimarães

Sobre o *status* de relacionamento: 37% publicam para todos os usuários, 33% somente para “amigos”, 27% não publicam, 3% para “amigos de amigos” e somente 1% para pessoas específicas.

O *status* de relacionamento nos *sites* de redes sociais, guardadas as devidas proporções, assemelha-se à aliança de casamento, já que uma das funções desta é divulgar que aquela determinada pessoa tem alguém e, portanto, não está disponível.

Logo, entende-se o número elevado daqueles que publicam. Em análises empíricas, percebe-se que alguns não publicam quando estão solteiros, e sim quando passam a namorar ou se casam.

O baixíssimo índice de publicação para pessoas específicas já era esperado neste caso, pois um namoro e um casamento principalmente não é algo que se costuma esconder da sociedade, em geral, e só assumir para algumas pessoas. Logo, é compreensível que uma só pessoa tenha assinalado este item. Aliás, esta pessoa registra em outras questões do questionário (data de nascimento, onde estuda/estudou, trabalha/trabalhou, religião, política, músicas e/ou livros e/ou filmes e/ou programa de TV preferidos, comentários no seu “mural”, comentários nas suas fotografias) o mesmo “modo personalizado” em que permite expor tais informações somente para um número ainda mais reduzido do que o de “amigos”. Portanto, não é algo que ela use exclusivamente para o item “*status* de relacionamento”.

Esta ferramenta é bastante interessante, pois em alguns casos, a pessoa pode acompanhar que uma garota que tinha um relacionamento com um rapaz X, depois acabou seu namoro, logo em seguida retomou a relação, depois acabou novamente e, então, começou a namorar com um rapaz Y. A situação é hipotética, mas perfeitamente passível no *Facebook*. A vida amorosa é, neste caso, tornada pública e atualizada constantemente. Se fosse na era *pré-sites* de redes sociais isto dificilmente aconteceria com pessoas comuns.

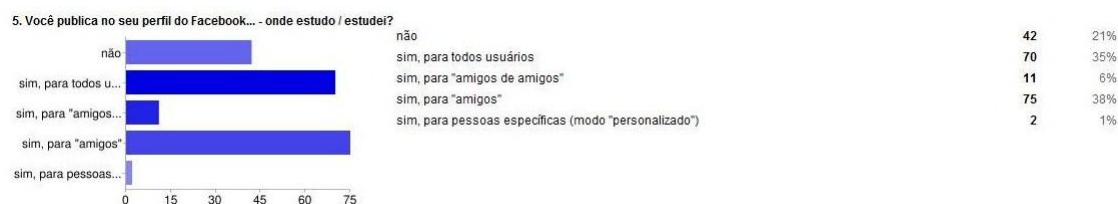


Figura 10: reprodução / Talita Guimarães

38% assinalaram que divulga este item para somente os “amigos”, 35% publicam onde estudam/estudaram para todos os usuários. 21% não publicam. 6% publicam para “amigos de amigos” e somente 2 pessoas (1%) publicam isto para pessoas específicas. Estes dois usuários, um homem e uma mulher, que publicam para pessoas específicas não o fazem somente para este item (ele é a mesma pessoa descrita no item anterior, e ela configura no “modo personalizado”: onde estuda/estudou, telefone, comentários no seu “mural”, comentários nas suas fotografias).

O alto número de publicações aqui pode ser porque esta é uma forma de as pessoas identificarem-se umas às outras – “a pessoa da foto do perfil parece com Fulano com quem estudei na 5ª série” e, ao olhar a escola, é possível ter mais informações e assim se certificar de que ele é mesmo Fulano. Outra hipótese é a presença da ideia de pertencimento, laço que une algumas pessoas por pertencerem a determinada instituição etc.

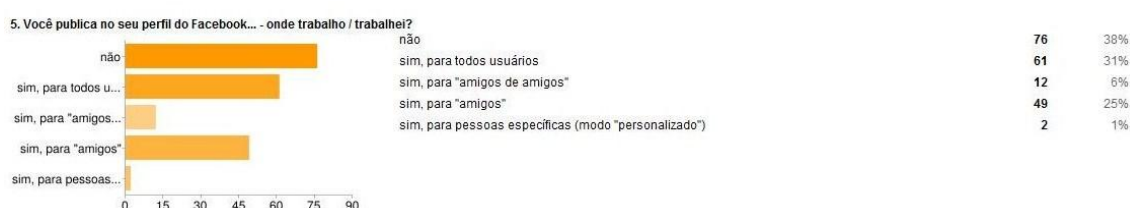


Figura 11: reprodução / Talita Guimarães

A maioria, 38%, das pessoas, não publica onde trabalha ou trabalhou. Pode ser por questões de segurança – outras pessoas poderem encontrar quem publica em

determinado local. Pode ser porque a pessoa não queira que os outros acompanhem suas mudanças de emprego etc.

31% publicam para todos os usuários. Esta atitude pode ser devida ao fato de que o *Facebook* hoje é uma janela para muitos contratantes, como foi ilustrado no item I do capítulo deste trabalho.

25% publicam apenas para “amigos”, 6% para “amigos de amigos” e 1% para “sim, para pessoas específicas (modo personalizado)”.

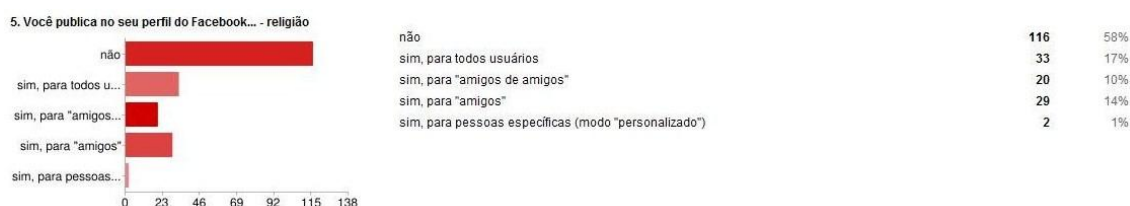


Figura 12: reprodução / Talita Guimarães

A maioria, 58%, não publica sua religião para nenhum outro usuário de *Facebook*. Esse alto número talvez não se deva, exclusivamente, ao fato de a pessoa não querer divulgar para ninguém sua preferência, mas sim ao fato de que muitas pessoas não terem de fato uma religião.

17% publicam para todos os usuários, 10% para “amigos de amigos”, 14% para “amigos” e 1% para pessoas específicas.

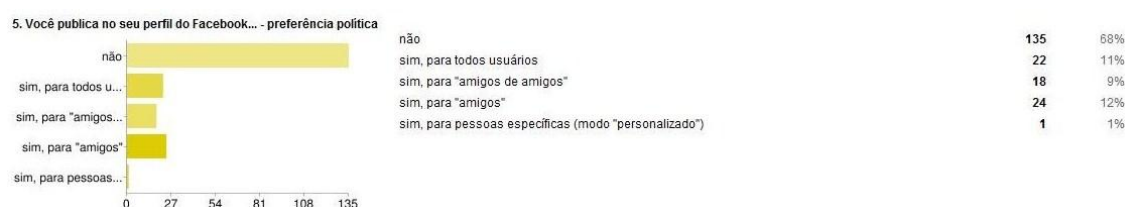


Figura 13: reprodução / Talita Guimarães

A maioria, 68%, não publica sua preferência política para nenhum outro usuário de *Facebook*. Esse alto número – ainda maior do que o da religião – talvez não se deva, exclusivamente, ao fato de a pessoa não querer divulgar para ninguém sua preferência, mas sim ao fato de que muitas pessoas não têm um partido no qual sempre votam. Outra hipótese seria que algumas pessoas têm mesmo um certo receio de divulgar publicamente sua opção política, já que esta pode não agradar a alguns, como o chefe, por exemplo.

A seguir, os mais votados são: publica preferência política, mas só para “amigos” (12%), para todos os usuários (11%), para “amigos de amigos” (9%) e somente 1% usa o “modo personalizado”.

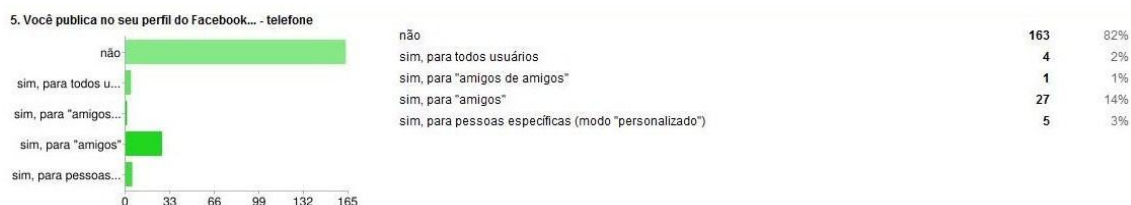


Figura 14: reprodução / Talita Guimarães

82% não publicam seu telefone (é possível que muitas pessoas não publiquem seus telefones para não serem incomodadas. Por exemplo, se um professor publicar, seus alunos podem ligar para ele em horários impróprios etc. Além disso, os familiares e amigos mais próximos geralmente já possuem os telefones daquelas pessoas mais próximas do seu círculo pessoal e, deste modo, não precisam consultar o *Facebook*). 14% publicam somente para “amigos”, 3% para pessoas específicas, 2% para todos os usuários e 1% para “amigos de amigos”.

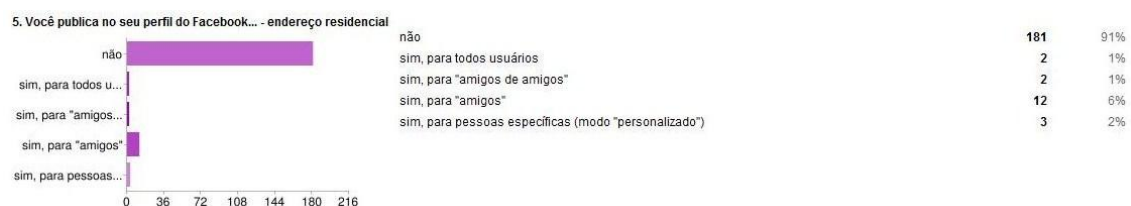


Figura 15: reprodução / Talita Guimarães

De todos os itens desta questão, este foi o que obteve o mais elevado índice de “não”. 91% das pessoas não publicam seu endereço residencial. 6% publicam só para “amigos”, 2% apenas para pessoas selecionadas dentro deste universo dos “amigos” (o modo personalizado), e empatados, com 1% cada um, estão os que publicam para todos os usuários e para “amigos de amigos”.

A questão da segurança interfere neste item, pois divulgar na internet o seu endereço não é muito aconselhável, e muitos no Brasil têm consciência disso.

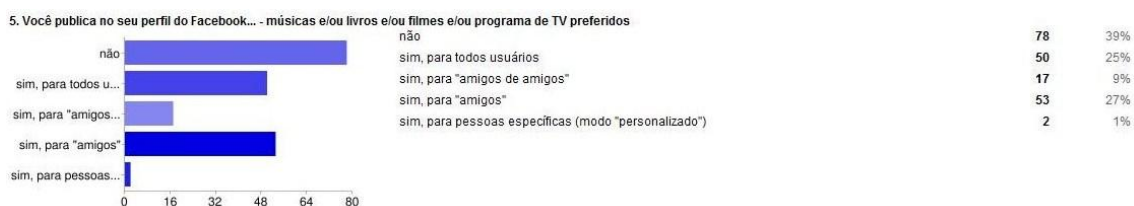


Figura 16: reprodução / Talita Guimarães

39% das pessoas não publicam suas músicas e/ou livros e/ou filmes e/ou programas de TV preferidos. 27% publicam somente para “amigos”, 25% para todos os usuários de internet.

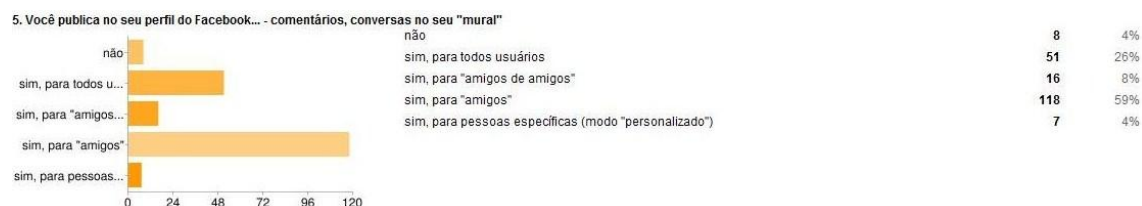


Figura 17: reprodução / Talita Guimarães

O “*status*”, mais conhecido como “mural” é o local onde se dá a maioria dos comentários, conversas. A maior parte dos pesquisados (59%) assinalou que publica suas atualizações de *status* só para “amigos”, 26% publicam para todos os usuários, 8% para “amigos de amigos”, 4% (8 pessoas) não publicam e 4% (7 pessoas) publicam, mas somente para pessoas específicas.

Das 106 pessoas que têm alguma formação acadêmica em comunicação social, somente 3, isto é, 1,8%, não publicam comentários, conversas no “mural”. Já das 94 pessoas das demais áreas, 5 não publicam este item, isto é, 4,7%. Logo, aqui as pessoas da comunicação social divulgam mais suas informações.

Se o comparativo se der a partir da atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham na área de comunicação social, apenas 2 (2,2%) não publicam comentários, conversas no “mural”. Já as 112 pessoas que trabalham em outras áreas que não são da comunicação social, 6 delas não publicam seu aniversário, 5,3%. Logo, o grupo de comunicação social divulga mais informações.

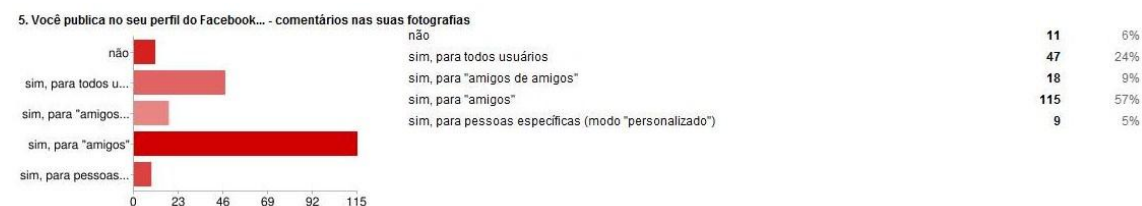


Figura 18: reprodução / Talita Guimarães

Do mais votado para o menos votado: 57% publicam comentários nas fotografias somente para os “amigos”, 24% publicam para todos os usuários, 9% publicam para “amigos de amigos”, 6% não publicam e 5% publicam para pessoas específicas.

As duas imagens a seguir ilustram como era antes da modificação da privacidade (figura 19, na qual ainda é possível conferir a existência do “amigos de amigos” que atualmente não existe mais) e como é atualmente (figura 20 que, além de não possuir o item recém citado, apresenta modificações nas nomenclaturas dos demais elementos em relação à figura 19).

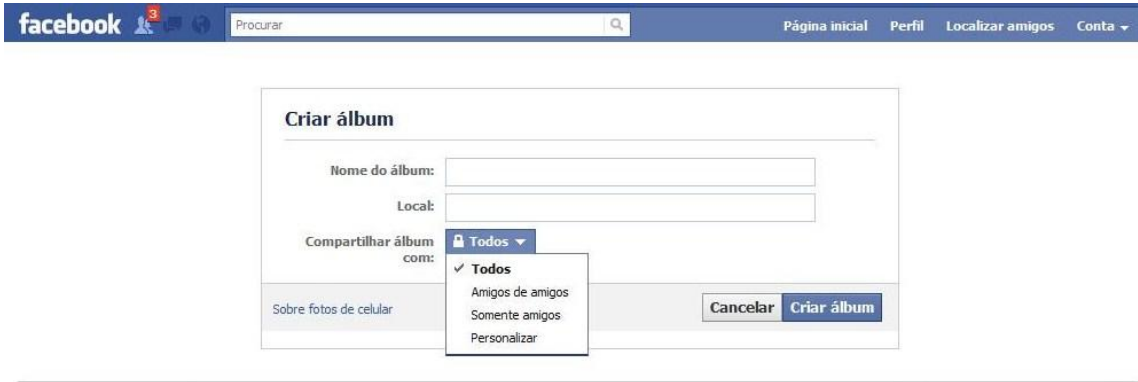


Figura 19: reprodução / Talita Guimarães



Figura 20: reprodução / Talita Guimarães

► Pergunta 6: O teor dos seus comentários é:



Figura 21: reprodução / Talita Guimarães

O pesquisado poderia marcar nesta questão mais de uma caixa de seleção, por isso a soma ultrapassou 100%. Por ordem do mais votado para o menos votado, os resultados desta questão foram: “pessoal” (86%); “sobre pessoas públicas, notícias ou

outras questões impessoais” (41%); “profissional” (39%) e, em último lugar: “não uso para isto ou só me comunico por mensagens privadas” (6%). A grande maioria dos entrevistados assume que faz comentários pessoais no *Facebook*.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 92 já chegaram a publicar comentários de ordem pessoal, o que corresponde a 86%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 75 pessoas que já chegaram a publicar questões pessoais, o que corresponde a 79%. Logo, o grupo de comunicação social postou mais comentários de ordem pessoal do que o grupo das demais áreas.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 79 pessoas já publicaram comentários de teor pessoal, o que corresponde a 89%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 88 já publicaram tal tipo de conteúdo, o que corresponde a 78%. Logo, os profissionais de comunicação também postaram mais comentários de ordem pessoal do que os profissionais das demais áreas.

► Pergunta 7: A foto do seu perfil...

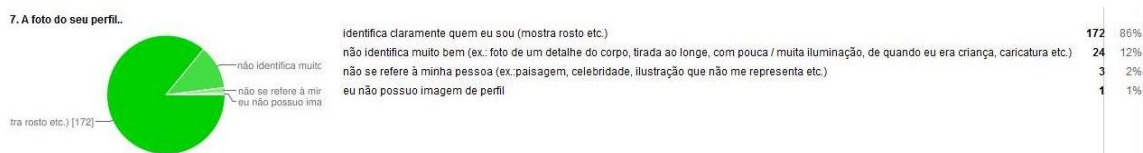


Figura 22: reprodução / Talita Guimarães

A foto do perfil é a principal foto de identificação de uma pessoa no *Facebook* na medida em que é esta que tem um destaque principal na página do usuário, é ela que aparece quando se comenta algo no seu próprio mural, em fotografias etc. ou no mural dos “amigos” ou em fotografias deles.

Os resultados nesta questão foram:

1º) identifica claramente quem eu sou (mostra rosto etc.) (86%)

2º) não identifica muito bem (ex.: foto de um detalhe do corpo, tirada ao longe, com pouca / muita iluminação, de quando eu era criança, caricatura etc.) (12%)

3º) não se refere à minha pessoa (ex.: paisagem, celebridade, ilustração que não me representa etc.) (2%)

4º) eu não possuo imagem de perfil (1%)

É possível que a maioria mantenha uma foto que identifique claramente quem é a pessoa dona do perfil porque assim facilita o encontro dela com seus “amigos” em potencial, isto é, ao esbarrar com a foto de determinada pessoa (seja nos comentários em páginas de outros amigos, no grupo de “amigos” de alguém etc.) é possível reconhecê-la do mundo *offline*. Se a pessoa não usa foto no perfil, por exemplo, somente o nome e sobrenome ou, se esta pessoa permitiu, a busca por *e-mail* será capaz de encontrá-la em meio a tantos usuários.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 1 pessoa assinalou o item “eu não possuo imagem de perfil; 2 pessoas marcaram “não se refere à minha pessoa (ex.: paisagem, celebridade, ilustração que não me representa etc.)”; 11 marcaram “não identifica muito bem (ex.: foto de um detalhe do corpo, tirada ao longe, com pouca / muita iluminação, de quando eu era criança, caricatura etc.)” e 92 pessoas marcaram “identifica claramente quem eu sou (mostra rosto etc.)”. Logo, a grande maioria, 86%, marcou que a foto do seu perfil identifica claramente a pessoa.

Já no grupo que possui formação acadêmica nas demais áreas, composto por 94 pessoas, os resultados foram os seguintes: nenhuma pessoa assinalou o item “eu não possuo imagem de perfil; 1 pessoa marcou “não se refere à minha pessoa (ex.: paisagem, celebridade, ilustração que não me representa etc.)”; 13 marcaram “não identifica muito bem (ex.: foto de um detalhe do corpo, tirada ao longe, com pouca / muita iluminação, de quando eu era criança, caricatura etc.)” e 80 pessoas marcaram “identifica claramente quem eu sou (mostra rosto etc.)”. Logo, aqui também a grande maioria, 85%, marcou que a foto do seu perfil identifica claramente a pessoa. Ao comparar a porcentagem de indivíduos que se identificam claramente na foto de perfil, vemos uma porcentagem ligeiramente maior no grupo da comunicação social.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 1 pessoa assinalou o item “eu não possuo imagem de perfil; 1 pessoa marcou “não se refere à minha pessoa (ex.: paisagem, celebridade, ilustração que não me representa etc.)”; 7 marcaram “não identifica muito bem (ex.: foto de um detalhe do corpo, tirada ao longe, com pouca / muita iluminação, de quando eu era criança, caricatura etc.)” e 79 pessoas marcaram “identifica claramente quem eu sou

(mostra rosto etc.)”. Logo, a grande maioria, 89%, marcou que a foto do seu perfil identifica claramente a pessoa.

Já no grupo de profissionais de outras áreas, composto por 112 pessoas, os resultados foram os seguintes: nenhuma pessoa assinalou o item “eu não possuo imagem de perfil; 2 pessoa marcaram “não se refere à minha pessoa (ex.: paisagem, celebridade, ilustração que não me representa etc.)”; 17 marcaram “não identifica muito bem (ex.: foto de um detalhe do corpo, tirada ao longe, com pouca / muita iluminação, de quando eu era criança, caricatura etc.)” e 93 pessoas marcaram “identifica claramente quem eu sou (mostra rosto etc.)”. Logo, aqui também a grande maioria, 83%, marcou que a foto do seu perfil identifica claramente a pessoa. Ao comparar a porcentagem de indivíduos que identificam-se claramente na foto de perfil, vemos uma porcentagem maior no grupo da comunicação social.

► Pergunta 8: Você publica fotografias?

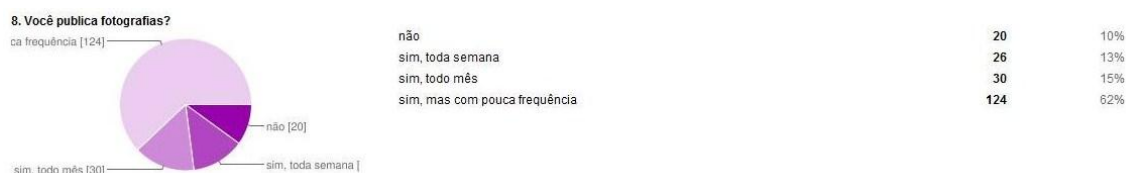


Figura 23: reprodução / Talita Guimarães

Como já pontuado em outros momentos do trabalho, a exposição também é feita através de fotografias. No *Facebook* um “amigo” pode acompanhar muitas atividades da vida de outro “amigo” através das fotografias publicadas por este. E, como observou Corbin (1990), o ato de exibir a própria imagem é uma forma de mostrar que existe. E, assim, a pessoa ganha importância.

10% (20 pessoas) não publicam fotos, 13% (26 pessoas) publicam regularmente toda semana (aplicativos como o Instagram⁹⁶ facilitam esta regularidade, pois permite que o usuário, depois de tirar a foto no *iPhone* e aplicar o filtro que deseja, poste em sites de redes sociais como o *Facebook*), 15% (30 pessoas) publicam mensalmente, e a maioria, 62% (124 pessoas), afirma que publica com pouca frequência (algumas vezes ao ano).

⁹⁶ É um serviço de compartilhamento de fotos através do telefone móvel. Site oficial: <http://instagr.am/>

Dos 20 que não publicam fotografias, uma mulher registrou na 10ª questão (“sua página do *Facebook* possui fotos do seu dia a dia em que você está...”) que no seu *Facebook* há fotos em que ela está “comendo” “no trabalho” (estas respostas eram opções já contidas no questionário) e “No meu perfil não há fotos minhas, apenas fotos de amigos nas quais fui marcada em reuniões, shows, cantando ou dançando” (já esta resposta, a própria pesquisada escreveu). Ela justifica ao dizer que não é ela quem lança as fotos, e sim seus amigos que a marcam. Porém, é preciso aqui ressaltar que esta pessoa tem a opção de se “auto-desmarcar” das fotos, não é algo imposto e que ela tem consciência da ferramenta, já que na questão 17 afirma desmarcar algumas quando julga necessário. Logo, ter fotos em que ela é exposta é sim uma opção sua. Na 11ª questão (Se já publicou fotos do seu dia a dia: quem estava nelas?), a mesma mulher afirma: “somente eu, eu e meu namorado(a); marido/esposa, eu e demais membros da minha família (avós, tios, primos etc.), eu e meus amigos de estágio/trabalho, eu e meus amigos de sala (colégio/graduação/pós/curso de idiomas etc.), eu e meus demais amigos (de bairro, baladas etc.)”.

Outras duas pessoas, um homem e uma mulher, dizem não publicar fotos, porém, têm em seu *Facebook* fotos de grandes momentos de sua vida. A mulher chega a afirmar na questão 17 que “não publico muitas fotos, e acho que as que tem não expõem a minha vida. Utilizo mais para manter contato com pessoas que moram distante”. Logo, ela publica.

Portanto, das 20 pessoas que não publicam fotos, uma permite ser marcada em fotos por seus “amigos”, outra se contradiz e, sim, publica fotos, e o homem não deixa explícito no questionário como não publica fotos e, ainda assim, seu *Facebook* possui fotos de grandes momentos. Talvez aconteça isto porque alguns de seus “amigos” o marquem neste tipo de fotografias.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 11 (10%) não publicam fotografias e 18 (16%) publicam toda semana.

No grupo das demais áreas (94 pessoas), 9 (9%) não publicam fotografias e 8 (8%) publicam toda semana. Logo, o grupo da comunicação apresenta porcentagens maiores. Tanto mais pessoas afirmam não publicar, quanto mais pessoas afirmam postar mais fotos todas as semanas, neste último ainda há uma maior diferença entre os grupos.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 9 (10%) não publicam fotografias e 54 (61%) publicam toda semana. Já das 112 profissionais das demais áreas, 11 (9%) não publicam fotografias e 70 (62%) publicam toda semana. Logo, os profissionais das demais áreas costumam postar mais fotos do que os de comunicação, mas a diferença percentualmente é pequena.

Toda esta exposição na internet, e aqui fala-se no *Facebook* especificamente, vai trazer uma nova configuração da vida pública e privada. Um exemplo é o álbum fotográfico de grandes momentos, que, antes dos *sites* de redes sociais, *fotoblogs* etc., praticamente só era visto por pessoas mais próximas.

► **Pergunta 9: A sua página no *Facebook* possui fotos de grandes momentos da sua vida (seu casamento, formatura, nascimento do(a) filho(a), aniversário, lua de mel, viagens etc.) ?**

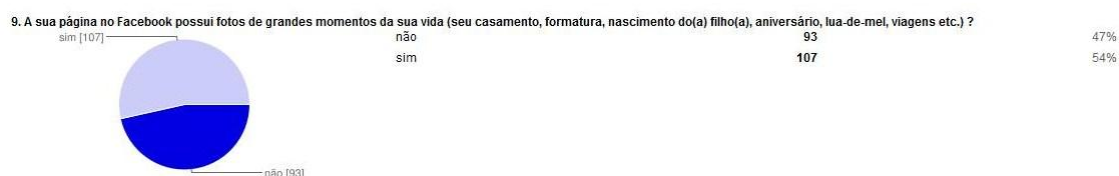


Figura 24: reprodução / Talita Guimarães

De acordo com as respostas, 54% afirmam que suas páginas do *Facebook* possuem fotos de grandes momentos das suas vidas, já 47% não postam fotos com este conteúdo.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 52 possuem fotos de grandes momentos de suas vidas, o que corresponde a 49%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 55 pessoas que publicam fotos do gênero, o que corresponde a 58%. Logo, o grupo das demais áreas se expõe mais neste sentido.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 46 pessoas publicam fotos de grandes momentos de suas vidas, o que corresponde a 52%. Já das 112 profissionais das demais áreas, 61 publicam fotos

com este conteúdo, o que corresponde a 54%. Logo, os profissionais das demais áreas se expõem mais.

No primeiro item do segundo capítulo deste trabalho, recorreu-se a Roncière (1990) ao tratar dos grandes acontecimentos da vida familiar. O autor, em “História da vida privada. Da Europa Feudal ao Renascimento”, afirma que por costume a família estende ao público sua intimidade, seus assuntos privados em certas ocasiões – casamentos, batizados etc. – e isso acaba por ultrapassar os limites do privado.

Agora, com as novas tecnologias da comunicação e mais notadamente com os *sites* de redes sociais, a exemplo do *Facebook*, os grandes momentos da vida familiar continuam sendo expostos e atraindo olhares públicos, desta vez mediados por um computador, celular etc.

► Pergunta 10: A sua página do *Facebook* possui fotos do seu dia a dia em que você está...

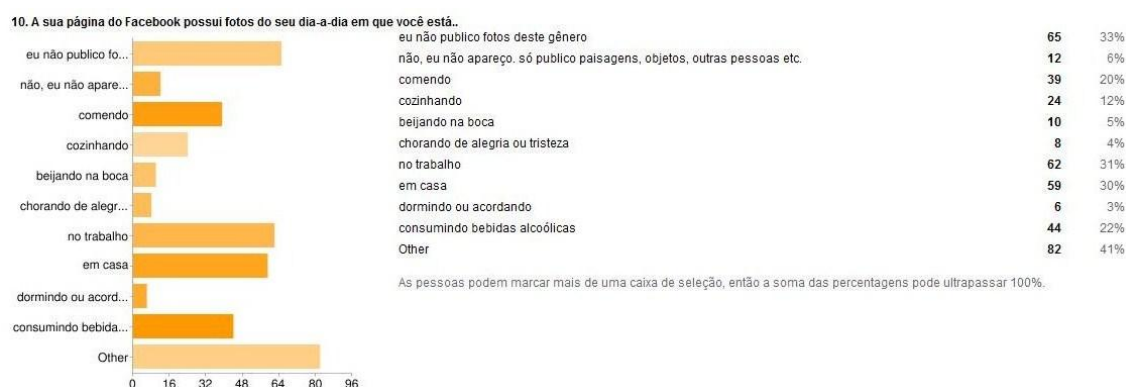


Figura 25: reprodução / Talita Guimarães

O pesquisado poderia marcar nesta questão mais de uma caixa de seleção, por isso a soma ultrapassou 100%.

O item mais marcado, com 41%, foi “*other*”⁹⁷, no qual as pessoas podiam escrever algo que não estava citado em nenhum dos demais itens. Apareceram respostas como⁹⁸: “momentos de descontração, momentos bonitos”, “Meu filho”, “Em momentos

⁹⁷ Este item permaneceu em inglês porque o Google Docs assim o disponibilizou, não foi possível trocar por “outros”. A autora entendeu que não haveria problema de o termo ser apresentado em inglês, já que o público-alvo do questionário entenderia uma palavra de inglês nível básico, e, caso não soubesse, poderia pesquisar *online* a sua tradução ou mesmo deduziria pelo modo como foi exposto no questionário (caixa em branco para completar).

⁹⁸ As citações do questionário foram mantidas exatamente do jeito como foram respondidas.

de lazer e com os amigos”, “esportes que pratico”, “com amigos e família em ocasiões especiais”, “viajando”, “algumas ocasiões mais significativas”, “em viagens”, “em viagens e eventos, principalmente”, “Passeios em família”, “viagens”, “encontro com os amigos”, “viajando”, “Montagens, filhos, animais e outras da WEB”, “Em passeios”, “Me divertindo”, “hobby”, “viajando”, “lugares e pessoas”, “diversas”, “COM meu filho”, “Momentos Especiais”, “Cachorro, Pet”, “com amigos”, “Passeios”, “Nada que eu não mostraria pessoalmente. Intimidade demais também não”, “com grupo de amigos”, “viagens e passeios”, “festas e viagens”, “alguns momentos alegres”, “viagens”, “Em farras com os amigos, viagens e trabalhos”, “viajando”, “em viagens”, “eventos isolados”, “com amigos”, “normamente com pessoas queridas”, “viagem”, “viagens”, “viajando”, “Passeios e viagens”, “lazer”, “em locais de viagem, momentos festivos”, “passeando com filhos”, “com amigos”, “festas”, “viagens”, “às vezes sou marcada em fotos de amigos / momentos de lazer e muito raramente coloco algo mais pessoal”, “viagens, passeios”, “com amigos ou sozinha”, “Festas”, “Festas de amigos e família, viagens”; “na balada”, “AMIGOS, LAZER”, “apenas fotos de alguns eventos”, “comemorando a vida”, “No meu perfil não há fotos minhas, apenas fotos de amigos nas quais fui marcada em reuniões, shows, cantando ou dançando”, “dia a dia”, “praia, viajando, festa...”, “praticamente só viagens (e faz muito tempo que eu não publico nada). Por sinal, não sei bem pq ainda não apaguei as outras fotos... mas ainda não apaguei e tenho pensado a respeito disso.”.

Nota-se que várias pessoas citaram “viagens”, “viajando” etc. entre suas respostas – 22 pessoas, mais especificamente. A autora não havia dedicado um item a este tema nesta questão, pois entende que viagem não faz parte do dia a dia das pessoas. Além disso, este tema está incluído na 9ª questão – “A sua página no *Facebook* possui fotos de grandes momentos da sua vida (seu casamento, formatura, nascimento do(a) filho(a), aniversário, lua de mel, viagens etc.)?”

Cruzando a questão de número 9 com a presente questão, temos 21 (vinte e uma) pessoas que afirmam “sim” na 9ª questão e citam viagens (ou o verbo viajar etc.) na resposta desta questão 10. Portanto, ou uma pessoa estava desatenta ao responder ou considera a(s) foto(s) de viagem que publicou como parte do dia a dia e não de grandes momentos de sua vida. Talvez a própria elaboração da pergunta possa ter gerado este desencontro.

Entre as palavras mais citadas no item “*other*” está “amigos”. 15 (quinze) pessoas a citaram de alguma forma (somente a palavra, “com amigos e família em ocasiões especiais”, “encontros com os amigos” etc. 7 (sete) citaram “família de alguma forma. 1 (um) citou “normamente (sic) pessoas queridas” que poderia se enquadrar em “amigos” e/ou “família”.

Estas duas falas – “Às vezes sou marcada em fotos de amigos / momentos de lazer e muito raramente coloco algo mais pessoal” e “No meu perfil não há fotos minhas, apenas fotos de amigos nas quais fui marcada em reuniões, shows, cantando ou dançando” – ilustram duas questões muito importantes de serem citadas: a primeira é que o *Facebook* permite que as pessoas sejam “marcadas”⁹⁹, é possível, por exemplo, usar uma ferramenta chamada “marcar esta foto” (ao clicar em cima de uma foto, o usuário pode marcar um ou mais “amigos” e esta foto passa a aparecer na página de quem marcou e de quem foi marcado). Logo, a pessoa antes podia ser exposta em alguma foto sem ser ela própria a postar a foto. Já hoje, com a nova política de privacidade do *Facebook* já citada anteriormente, isto mudou. É verdade que antes também era possível evitar que a marcação aparecesse para todo o público, mas hoje o novo mecanismo tornou mais fácil evitá-la.

A segunda questão, que não se aplica somente para esta função, é que muitos desconhecem algumas das funcionalidades do *site* em questão, neste caso, por exemplo, é possível eliminar esta marcação, bastando clicar em “denunciar/remover marcação”.

Outra fala que chama atenção é a seguinte: “praticamente só viagens (e faz muito tempo que eu não publico nada). Por sinal, não sei bem pq ainda não apaguei as outras fotos... mas ainda não apaguei e tenho pensado a respeito disso.”. Significa que alguns pesquisados, ao responderem ao questionário, pensaram mais a respeito do modo como se comportam no *Facebook*.

⁹⁹ Marcação de acordo com a nova política de privacidade do Facebook: “Uma marca é um link para o seu perfil. Por exemplo, se você estiver marcado em uma publicação (como uma foto ou atualização de status), essa publicação conterá um link para o seu perfil. Se alguém clicar no link, verá suas informações públicas e tudo mais que você permitir que a pessoa veja. Qualquer pessoa pode marcar você em qualquer item. Uma vez marcado em uma publicação, você e seus amigos poderão vê-la. Por exemplo, seus amigos podem ver a publicação em seu *Feed* de notícias ou quando procurarem por você. Isso também pode aparecer em seu perfil. Você pode escolher se uma publicação em que você foi marcado aparecerá em seu perfil. Você pode aprovar cada publicação individualmente ou aprovar todas as publicações de seus amigos. Se você aprovar uma publicação e depois mudar de ideia, sempre poderá removê-la do seu perfil. Se você não quiser que alguém o marque em suas publicações, aconselhamos que fale com essa pessoa e exponha sua preferência. Se isso não funcionar, você pode bloqueá-la. Isso evitará que ela marque você futuramente.” Fonte: Facebook <<https://www.facebook.com/about/privacy/your-info-on-fb#friendsshare>>. Acesso em 13 de setembro de 2011.

Depois do item “*other*”, os itens mais votados foram: “eu não publico fotos deste gênero” (33%); “no trabalho” (31%); “em casa” (30%); “consumindo bebidas alcoólicas” (22%); “comendo” (20%); “cozinhando” (12%); “não, eu não apareço. Só publico paisagens, objetos, outras pessoas etc.” (6%); “beijando na boca” (5%); “chorando de alegria ou de tristeza” (4%); “dormindo ou acordando” (3%).

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 31 assinalaram nesta questão os itens “eu não publico fotos deste gênero” ou “não, eu não apareço. Só publico paisagens, objetos, outras pessoas etc.”, o que corresponde a 29%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 36 pessoas que assinalaram um dos dois itens recém-citados, o que corresponde a 38%. Logo, o grupo da comunicação se expõe mais neste sentido.

Uma ressalva: outras pessoas marcaram os itens citados, mas combinando-os com outras opções, por exemplo: “eu não publico fotos deste gênero + no trabalho”. É um paradoxo não publicar fotos do dia a dia, mas também publicar fotos no ambiente de trabalho. Então não foi contabilizada a soma dos combinados dos dois itens (“eu não publico fotos deste gênero” ou “não, eu não apareço. Só publico paisagens, objetos, outras pessoas etc.”) com outros itens que estavam como opção ou como espaço para escrita na atual questão.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 26 assinalaram nesta questão os itens “eu não publico fotos deste gênero” ou “não, eu não apareço. Só publico paisagens, objetos, outras pessoas etc.”, o que corresponde a 29%. Já das 112 profissionais das demais áreas, 41 publicam fotos com este conteúdo, o que corresponde a 36%. Logo, o grupo da comunicação se expõe mais neste sentido.

► Pergunta 11: Se já publicou fotos do seu dia a dia: quem estava nelas?

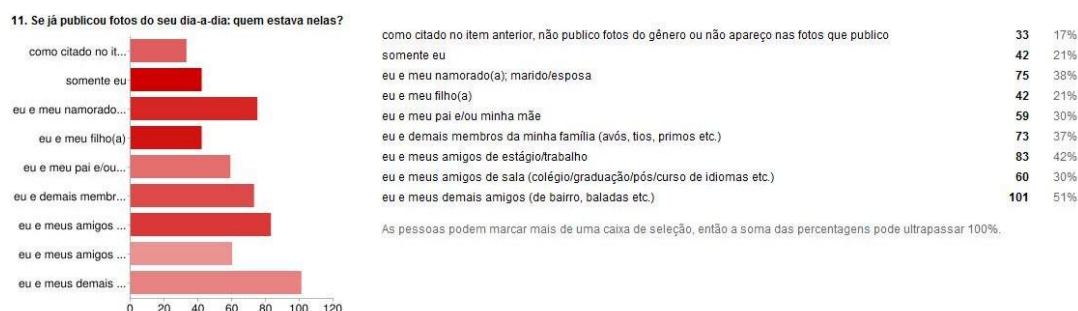


Figura 26: reprodução / Talita Guimarães

O pesquisado poderia marcar nesta questão mais de uma caixa de seleção, por isso a soma ultrapassou 100%.

Como exposto no capítulo II, é comum que os atores das redes sociais tenham os mais variados tipos de relação. Enquanto alguns laços duram meses, outros duram por toda a vida. A conexão se faz por relações de diversas naturezas: amizade, trocas de informação etc. e isto faz com que uma mesma pessoa possua várias redes sociais distintas: uma com seus colegas de trabalho, outra que o conecta com seus familiares, outra que o conecta com pessoas que compartilham um *hobbie* que pratica, e assim por diante. É comum que se criem determinados tipos de laços com a família, outros tipos com colegas de trabalho, outros tipos com conhecidos, por exemplo.

Como também visto no capítulo II, Mark Granovetter (1973) classificou os laços sociais em fortes e fracos. Benkler (2006) observa que a internet, e aqui podemos pontuar que o *Facebook* tem um papel importante, faz com que, além de reforçarmos os nossos laços fortes com a família e amigos, próximos ou distantes geograficamente, também estamos a aumentar o alcance e a diversidade das conexões mais fracas. Logo, as conexões no *Facebook*, assim como na vida *offline*, são compostas de conexões fortes e fracas.

O item mais votado, com 51%, nesta pergunta foi “eu e meus demais amigos (de bairro, baladas etc.)”, isto é, amigos de uma forma em geral. Depois: “eu e meus amigos de estágio/trabalho”, com 42%, “eu e meu namorado(a); marido/esposa”, com 38%; “eu e demais membros da minha família (avós, tios, primos etc.)”, com 37%; “eu e meus amigos de sala (colégio/graduação/póscurso de idiomas etc.)” e “eu e meu pai e/ou minha mãe”, empatados com 30%; “somente eu” e “eu e meu filho(a)”, também

empatados, cada um com 21%; “como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico” obteve o menor índice: 17%.

Pode-se aqui lançar a hipótese de que muito provavelmente a idade da maioria dos pesquisados e o fato de o questionário ser dirigido para quem concluíram, pelo menos a graduação.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 23 assinalaram “como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico”. O que significa que o restante das pessoas publica fotos com os amigos, filhos, pais etc. Dos 94 com formação acadêmica em outras áreas, 23 assinalaram “como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico”.

Uma ressalva: outras pessoas marcaram o item citado, mas combinando-o com outras opções, por exemplo: “como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico”+ eu e meu pai e/ou eu e minha mãe”. É um paradoxo. Então não foi contabilizada a soma do item “como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico”) a outros itens que estavam como opção na atual questão.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 17 assinalaram nesta questão os itens “como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico. Já das 112 profissionais das demais áreas, 29 publicam fotos com este conteúdo. Logo, o grupo da comunicação se expõe mais neste sentido.

► Pergunta 12: Já publicou algum vídeo que você produziu ou apareceu nele?



Figura 27: reprodução / Talita Guimarães

135 pessoas (68%) responderam que nunca publicaram nenhum vídeo que elas próprias tenham produzido ou aparecido nele, enquanto 65 (33%) já publicaram. De acordo com este questionário, postar vídeos pessoais é mais raro do que fotos.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 36 já publicaram algum vídeo que produziram ou apareceram, e isso corresponde a 33%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 29 pessoas que publicaram tal conteúdo, isto é, 30%. Logo, o grupo da comunicação se expõe mais neste sentido. Talvez porque, em teoria, esteja mais familiarizado com os equipamentos e a linguagem audiovisual.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 30 pessoas publicaram algum vídeo que produziram ou apareceram, o que corresponde a 34%. Já das 112 profissionais das demais áreas, 35 publicam fotos com este conteúdo, o que corresponde a 31%. Logo, os profissionais das demais áreas se expõem mais aqui também. A familiaridade com equipamentos e a linguagem audiovisual talvez também tenha contado neste contexto.

► **Pergunta 13: Você já chegou a publicar [informações corriqueiras como, por ex.: "vou tomar banho", vou dormir", "vou estudar", "comi determinado prato de comida" etc.?)**

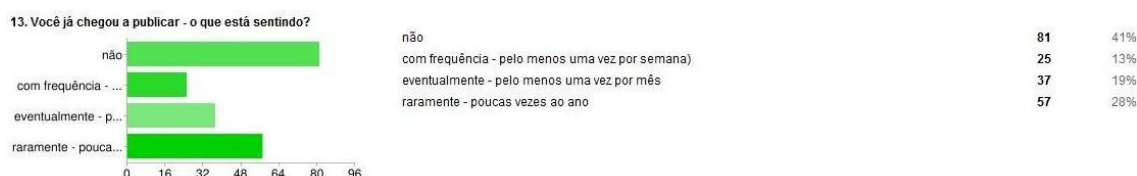


Figura 28: reprodução / Talita Guimarães

A maioria afirma nunca ter publicado o que está sentindo (41%). 28% afirmam que já comentaram, mas poucas vezes ao ano. 19% pelo menos uma vez por mês e 13% pelo menos toda semana.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 39 afirmam que nunca chegaram a publicar o que estavam sentindo, o que corresponde a 36%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 42 pessoas que nunca fizeram

isso, o que corresponde a 44%. Logo, o grupo de comunicação já chegou a postar mais vezes o que estava sentindo no *site*.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 34 pessoas nunca chegaram a publicar o que estavam sentindo, o que corresponde a 38%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 47 nunca publicaram tal tipo de conteúdo, o que corresponde a 41%. Logo, a maior porcentagem de pessoas que nunca publicaram o que estavam sentindo foi encontrada no grupo das demais áreas e não da comunicação, novamente.

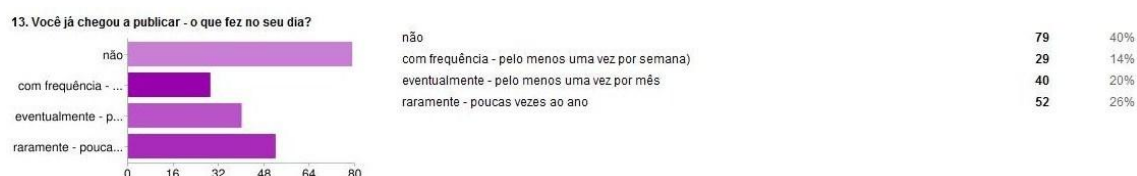


Figura 29: reprodução / Talita Guimarães

Quando perguntados se já chegaram a publicar o que fizeram no seu dia, 40% disseram que não, 26% disseram que já, mas poucas vezes ao ano, 20% pelo menos uma vez por mês e 14% pelo menos uma vez por semana.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 36 afirmam que nunca chegaram a publicar o que fizeram no dia, o que corresponde a 33%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 43 pessoas que nunca fizeram isso, o que corresponde a 45%. Logo, o grupo de comunicação já chegou a postar mais vezes o que fez no dia.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 32 delas nunca chegaram a publicar o que fizeram no dia, o que corresponde a 36%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 47 nunca publicaram tal tipo de conteúdo, o que corresponde a 41%. Logo, a maior porcentagem de pessoas que nunca publicaram o que fizeram no dia foi encontrada no grupo das demais áreas e não da comunicação, mais uma vez.

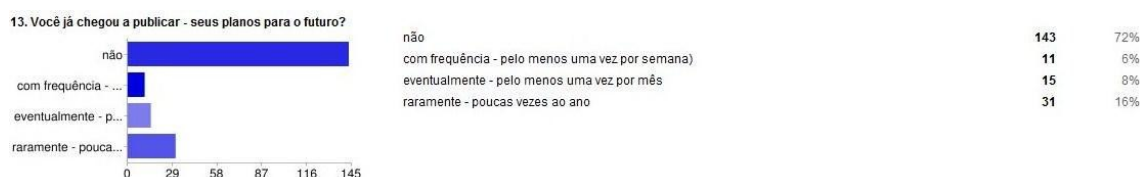


Figura 30: reprodução / Talita Guimarães

Quando perguntados se já chegaram a publicar o sobre planos para o futuro, a maioria (72%) diz nunca ter publicado tal conteúdo. 16% afirmam que já publicaram, mas poucas vezes por ano, 8% pelo menos uma vez por mês, e 6% pelo menos uma vez por semana.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 68 afirmam que nunca chegaram a publicar planos para o futuro, o que corresponde a 64%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 75 pessoas que nunca fizeram isso, o que corresponde a 79%. Logo, o grupo de comunicação já chegou a postar mais vezes seus planos para o futuro.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 59 pessoas nunca chegaram a publicar planos para o futuro, o que corresponde a 67%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 84 nunca publicaram tal tipo de conteúdo, o que corresponde a 75%. Logo, a maior porcentagem de pessoas que nunca publicaram planos para o futuro foi encontrada no grupo das demais áreas, e não da comunicação também.

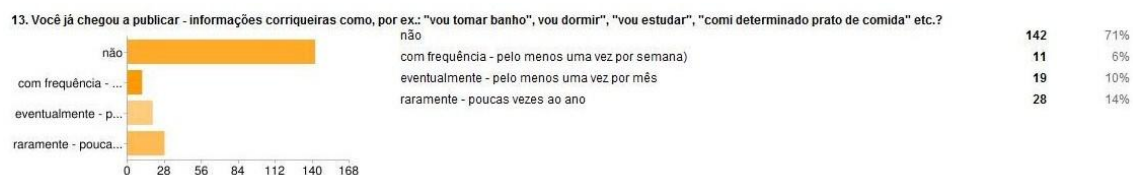


Figura 31: reprodução / Talita Guimarães

Sobre a publicação de informações corriqueiras, 71% assinalaram “não”, 14% “raramente – poucas vezes ao ano”, 10% “eventualmente – pelo menos uma vez por mês”, e 6% “com frequência – pelo menos uma vez por semana”.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 73 afirmam que nunca chegaram a publicar informações corriqueiras, o que corresponde a 68%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 69 pessoas que nunca fizeram isso, o que corresponde a 73%. Logo, o grupo de comunicação já chegou a postar mais vezes informações corriqueiras.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 58 pessoas nunca chegaram a publicar informações corriqueiras, o

que corresponde a 65%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 84 nunca publicaram tal tipo de conteúdo, o que corresponde a 75%. Logo, a maior porcentagem de pessoas que nunca publicaram informações corriqueiras foi encontrada no grupo das demais áreas e não da comunicação também.

► **Pergunta 14: Você acha que os seus amigos expõem suas vidas no *Facebook*?**

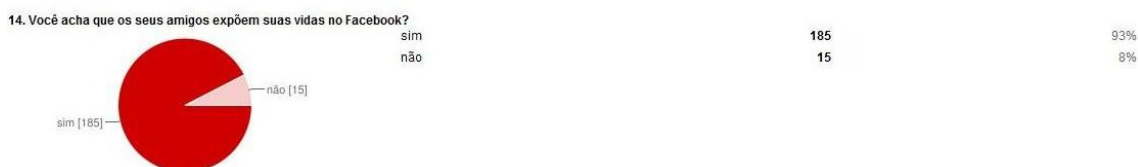


Figura 32: reprodução / Talita Guimarães

É preciso fazer uma ressalva de que a percepção de cada pesquisado pode variar em relação ao que ele considera o que é expor a vida. Expor para a autora do questionário é livre de caráter pejorativo e significa, de acordo com o dicionário Aulete¹⁰⁰ “Pôr(-se) em exposição, em exibição ou em evidência”, “Deixar ou ficar a descoberto, visível”.

93% consideram que sim, seus amigos expõem suas vidas no *site* em questão, enquanto somente 8% acreditam que os amigos não se expõem neste ambiente.

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 98 acham que seus amigos expõem suas vidas no *Facebook*, o que corresponde a 92,45%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 87 pessoas que consideram que seus amigos expõem suas vidas, isto é, 92,55%. Logo, pode-se considerar um empate das áreas da comunicação social e das demais.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 80 pessoas consideram que seus amigos expõem suas vidas no *Facebook*, o que corresponde a 90,90%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 105 consideram o mesmo, o que corresponde a 93,75%. Logo, o número de pessoas que consideram que seus amigos se expõem no *Facebook* é maior no grupo das demais áreas do que no grupo da comunicação.

¹⁰⁰

Fonte:

<http://aulete.uol.com.br/site.php?mdl=aulete_digital&op=loadVerbete&pesquisa=1&palavra=expor>
Acesso em 09 de junho de 2011

► **Pergunta 15: Comente a resposta anterior.**

Optou-se por trabalhar categorias para as respostas desta pergunta por ser ela aberta. No Anexo 2, estão todas as respostas dadas pelos pesquisados distribuídas por categorias. Desde já é preciso deixar claro que a proposta de categorias para a análise da visibilidade contemporânea através do *Facebook* não está completa, fechada. Isto não seria possível, pois outras várias classificações não cercariam todas as possibilidades.

O objetivo aqui é analisar os grupos de repostas – e algumas específicas – para ilustrar questões discutidas durante o trabalho e provocar novas discussões sobre a temática da visibilidade. Assim, espera-se gerar uma reflexão sobre o assunto e, por extensão, sobre a sociedade. Mesmo tendo consciência das limitações, acredita-se que esta análise servirá para, no mínimo, aproximar a teoria da prática.

Por vezes vai haver respostas que sugerirão a inclusão de mais de uma categoria em suas análises, porém optou-se por apresentá-las exclusivas de uma só, para assim facilitar a análise, já que são 200 respostas somente desta questão.

É preciso pontuar que aqui não há respostas certas ou erradas, não há juízo de valor, atribuindo a quem se expõe estar certo ou errado. As categorias e a análise se dão no sentido de entender como se dá a visibilidade das pessoas no *Facebook*, e as perguntas abertas são para que, de algum modo, os pesquisados apontem pistas mais detalhadas sobre como lidam com o tema. Optou-se por manter as respostas exatamente como elas foram respondidas pelos pesquisados, com erros de português, inclusive, pois assim preservaria de modo mais fidedigno o que cada um respondeu.

A seguir as categorias sugeridas para esta questão 15:

► **Sim, os amigos expõem suas vidas e/ou alguns até exageram nesta exposição**

Esta categoria reúne as falas dos pesquisados que afirmam que seus “amigos” se expõem, alguns chegam a declarar que há um exagero da parte desses. Outros muitos chegam a identificar até mesmo de que maneira estas pessoas se expõem citando alguns exemplos de tal prática.

“Sim, alguns usam foursquare umas 10 vezes ao dia. Alguns contam quando está pegando um avião, quando estão indo almoçar, quando estão amamentando.....!!!!!! Outros contam quando estão iniciando o trabalho, continuando um trabalho,

terminando um trabalho, acho que eles nem trabalham. Pelas pessoas que expõem excessivamente suas vidas pessoais, percebo que fazem por uma necessidade de auto-afirmação, felicidade, necessidade de "fama" e reconhecimento. Lembra um pouco um antigo dito? falem mal, contanto que falem de mim."¹⁰¹ Este pesquisado cita alguns exemplos que presenciou no *Facebook* que ele considera como exposição da vida. Bauman (2000) observa que a esfera privada, que antes se caracterizava pelo direito ao segredo, agora se caracteriza pelo direito à publicidade. Não é raro ver estas narrativas da vida, e outros pesquisados também registraram isso nos seguintes depoimentos: *"Tem gente que informa tudo, ate quando vai ao banheiro, se brigou com namorado e etc e tal."*¹⁰² e *"A maioria se tornou dependente da rede social, passando a acessar constantemente durante todo o dia ou ficando logado direto (24h). Sempre que acessam, postam o que estão fazendo, com quem, o local (exato) de onde estão , o estado de espírito atual, com quem se relacionam, expondo (eu não diria toda) mas quase toda sua vida, e em muitos casos, paralelamente a vida de outros."*¹⁰³

Aqui outro pesquisado percebe a banalidade de alguns comentários: *"Acredito que as pessoas estão vivendo a vida online acima da vida offline, numa necessidade de estampar demasiadamente sua existência, por mais banal que sejam os seus atos"*¹⁰⁴ Ainda nos primeiros capítulos deste trabalho já foi explicitado que banalidade foi observada por Sibilia (2008), quando ela chama a atenção para o paradoxo: ao mesmo tempo que a nova mídia eletrônica permite que qualquer um possa ser visto, lido ou ouvido por milhões de pessoas, talvez esta multidão de produtores não tenha nada a dizer. Lemos (2002) defende que compartilhar a banalidade faz com que as pessoas sintam-se próximas umas das outras. *"Como um diário, há gente que acorda e publica "bom dia", passa o dia todo enviando mensagens automáticas dos lugares por onde passa e, ao ir dormir, ainda se despede do fb... lamentável."*¹⁰⁵ Por falar em diário, Sibilia (2008) pontua que o *eu* para compreender o que lhe acontece precisa elaborar suas experiências e um modo de fazer isto é através de exercícios de introspecção como o diário íntimo e cartas. Mas, se antes isto era feito na interioridade, agora está a mostra, visível.

¹⁰¹ Pesquisado 8

¹⁰² Pesquisado 65

¹⁰³ Pesquisado 168

¹⁰⁴ Pesquisado 45

¹⁰⁵ Pesquisado 108

“*Falam muita da intimidade*”¹⁰⁶ Como visto anteriormente, segundo Bruno e Pedro (2005) as práticas de exposição da intimidade na Internet subvertem os limites entre o que é público e o que é privado. Esta visibilidade expandida do indivíduo implica também uma forma de espetáculo. “*Já vi até amigo colocando varal de calcinhas no facebook. acompanhado de "#lingerieday". tem coisa mais indiscreta nessa vida?*”¹⁰⁷ Sibilía (2008) afirma que nos últimos anos há uma “fome de realidade” onde as histórias de não-ficção ganham cada dia mais espaço. “*Sem dúvida, outro dia fiquei sabendo que um amigo noivou via Facebook. fora as informações as pessoas adoram colocar fotos do que gostam de fazer, comentários do que estão fazendo, fora isso existe a interatividade com outras redes como Foursquare onde todos seus amigos acabam sabendo em que local você está. Acredito que para quem não gosta de ter sua vida exposta redes sociais não é uma boa pedida.*”¹⁰⁸ , “*Algumas pessoas publicam tópicos sobre seu dia a dia como se estivessem num "reality show virtual", esperando que alguém "curta" e/ou comente o que foi publicado. O fato de outros usuários interagirem com o que foi exposto parece que é gratificante p/ o autor da mensagem, impulsionando-o a continuar com o "jogo". A acessibilidade das redes sociais por meios remotos (telefone celular, ipads..etc),no meu ponto de vista, também contribui significativamente para aumentar a exposição dos usuários.*”¹⁰⁹ Para além de os dois depoimentos anteriores corroborarem a “fome de realidade” que existe hoje em dia, o último aponta para a questão da mobilidade que, de fato, vem a incrementar ainda mais esta hiperconectividade. As pessoas estão cada vez mais *online*, tiram e postam suas fotos, fazem comentários e publicam através do seu telefone móvel quase que instantaneamente no *Facebook*. O *foursquare*¹¹⁰, citado por alguns pesquisados, também facilita esta visibilidade, na medida em que publica onde a pessoa se encontra, algumas vezes com quem etc. Há inclusive alguns usuários que dão “*check in*” em vários locais durante o seu dia, e assim é possível roteirizar, por exemplo, que a pessoa foi no supermercado de manhã, almoçou com Fulano no restaurante X, fez compras à tarde e à noite está na faculdade com mais seis colegas.

¹⁰⁶ Pesquisado 23

¹⁰⁷ Pesquisado 88

¹⁰⁸ Pesquisado 136

¹⁰⁹ Pesquisado 91

¹¹⁰ Serviço de geolocalização feito para indicar o lugar onde o usuário está. Ao executar o aplicativo, através de um telefone móvel, o lugar aparece publicado no *Facebook*, *Twitter* etc. Para esta ação dá-se o nome de “*check-in*”.

*“Algumas vezes, certos amigos publicam informações de perfil, comentários ou fotos que, na minha opinião, dão um passe de livre acesso "desnecessário" às suas vidas íntimas. Por outro lado, me pergunto: a quem cabe decidir o que deve ser considerado público ou privado na vida do outro, se não a ele próprio?”*¹¹¹ Aqui é interessante lembrar Habermas (1984) quando ele observa que a esfera pública não é imutável em todas as épocas, que na Grécia Antiga tal esfera era vista como o reino da liberdade, porém somente alguns conseguiam destacar-se dos demais. E que somente à luz da esfera pública é que aquilo que é consegue aparecer, ser visível. Se naquela época não era dada à mulher ou ao escravo a chance de ter esta notoriedade, na época atual, em tese, qualquer pessoa pode ter sua visibilidade expandida.

► Não acho que eles se exponham

Foi categorizado também o grupo daqueles que simplesmente não enxergam nas atitudes dos amigos uma forma de expor a vida: *“basicamente se publica informações sobre coisas boas, eventos, shows, encontros, vitórias, viagens, trabalhos e piadas. Muitas piadas além de divulgação de notícias interessantes ou engraçadas. Não vejo muito publicações sobre a vida realmente pessoal de ninguém - início ou término de relacionamento, de contrato de trabalho, etc”*¹¹². Aqui percebe-se que o pesquisado entende como exposição algo pejorativo, pois afirma que as informações são sobre “coisas boas...”. É preciso pontuar que isto não exclui o fato de expor a vida privada, vida íntima, pois tal esfera não é somente composta por coisas ruins da vida de alguém. Quanto ao início ou término de um relacionamento muitas vezes isto não vem escrito pela própria pessoa na sua “atualização de *status*” (a qual aparece no mural dos “amigos”), mas através da atualização do botão “*status* de relacionamento”.

Em outro depoimento também percebe-se que a pessoa julga que, por não haver detalhes sobre alguma situação, a questão não se enquadra como exposição: *“Não é exposição no sentido real da palavra, porque vc não conta detalhes pessoais. São comentários que qq um que vc encontra na rua poderia perceber. Tipo...ai, to com sono! E não: Briiguei com meu marido, dormi no quarto das crianças e por isso estou com sono. É um desabafo "comedido"!”*¹¹³

¹¹¹ Pesquisado 132

¹¹² Pesquisado 111

¹¹³ Pesquisado 137

► A pessoa não se dá conta do modo como se expõe

Esta categoria é para aqueles que acreditam que os seus “amigos” não têm consciência de que expõem de algum modo suas vidas: “*virou algo normal*”¹¹⁴ e como muitos fazem é difícil a própria pessoa medir a partir de que momento ela começa a expor sua vida realmente.

“*Muitas vezes as pessoas não tem a noção do que se escreve.*”¹¹⁵ Como já mencionado no capítulo anterior, é fácil e tentador buscar saber o que acontece na vida do *outro* através de *sites* como *Facebook* e também passar a expor a própria vida e passar a fazer da mecânica desta forma de sociabilidade que nasceu na contemporaneidade.

► Dá uma opinião ou faz uma espécie de conceituação ou teorização sobre o tema

Nesta categoria os pesquisados deram sua opinião sobre o tema de um modo geral, sem especificar muito se os seus “amigos” expõem suas vidas no *site*. “*Pra mim, expor-se não é comentar o que já passou. É comentar o que virar ou o que está acontecendo agora. Muitos deles colocam "estou agora no Picanha do Cowboy com meu iPad" ou "vou com minha esposa para o shpping tal". Isso é se expor. Falar aonde fui e o que fiz é compartilhar, tendo o cuidado de não expor hábitos.*”¹¹⁶ O homem que respondeu isto defende que a exposição é uma questão temporal e classifica que “sim” seus amigos se expõe e que ele “não”, mesmo assinalando que divulga seus planos para o futuro todas as semanas (comenta o que virá).

“*Há pessoas que não têm consciência da dimensão, alcance e permanência dos dados publicados na internet. Talvez os cuidados a serem tomados devem ser maiores que na vida offline. A velha história de que "o povo tem memória curta" não é mais correta. A memória das pessoas é digital.*”¹¹⁷ Esta colocação lembra o que Boyd (2010) afirma sobre as características dos conteúdos baseados em *bits*: persistência (expressões *online* são automaticamente registados e arquivados); replicabilidade (conteúdo feito de *bits* pode ser duplicado); escalabilidade (a visibilidade potencial de conteúdos em rede pública é grande) e pesquisabilidade (conteúdo de redes sociais públicas podem ser

¹¹⁴ Pesquisado 116

¹¹⁵ Pesquisado 139

¹¹⁶ Pesquisado 34

¹¹⁷ Pesquisado 86

acessados através de busca). Portanto, a frase que diz que a memória agora é digital tem sua parcela de verdade se vista sob o aspecto das características descritas pela estudiosa. Há de se ter cuidado, pois as informações no ambiente digital podem ser reproduzidas, , atingir um grande público etc.

► **Estar no *Facebook* por si só já é uma maneira de se expor**

Alguns pesquisados afirmaram que quem está no *Facebook* inevitavelmente tem sua vida exposta. Para ilustrar esta categoria temos: “*Não há como fazer parte de uma rede social e não expor algo de sua vida. Alguns expõem muito mais do que outros.*”¹¹⁸ Enquanto alguns publicam, através de linguagem verbal e/ou visual, muitos detalhes de suas vidas, outros não publicam fotos, não comentam no “mural”, porém divulgam seu rosto na foto de perfil, seu nome e sobrenome, onde estudou, quais são seus “amigos”, que restaurante costuma frequentar etc.

► **Não vejo problema na exposição dos meus “amigos”**

“*Facebook é o Show de Truman*”¹¹⁹. A tendência parece ser que as pessoas sintam cada vez mais a necessidade de ter um “backup” de suas vidas no *Facebook*. Ou um backup do que elas gostariam que suas vidas fossem. Mas isso não é uma crítica, acho legal... Mas meio assustador... :s”¹²⁰ Esta frase dita por um pesquisado suscita algumas questões, como: a comparação com o filme “O show de Truman. O show da vida” onde a vida do protagonista era contínua e excessivamente exposta ao mundo. Uma ressalva é que o personagem não tinha consciência disto e no *Facebook*, as pessoas sabem que estão sendo vistas, porém é verdade que muitas não se deem conta do nível desta exposição. A analogia do *backup* também é uma percepção interessante, já que muitos postam fotos do seu dia a dia, de grandes momentos, registram suas conquistas etc.

► **Comenta sobre ele mesmo**

Apesar de a pergunta ser direcionada como o pesquisado analisa a exposição de seus amigos no *Facebook*, muitos responderam o modo como se expõem, o que gerou

¹¹⁸ Pesquisado 138. Optou-se por identificar os pesquisados por números. Os números entre parênteses que aparecem à frente de cada frase dos pesquisados no Anexo 1 e aqui no 3º cap. identificados no rodapé, referem-se à ordem das respostas dos pesquisados, isto é, o (1) significa que aquele foi o primeiro a responder e assim sucessivamente.

¹¹⁹ Filme em que o protagonista (Jim Carrey) faz parte de um programa televisivo em que sua vida é exposta 24hs por dia desde o seu nascimento. O protagonista descobre isto já adulto.

¹²⁰ Pesquisado 152

pontos importantes para serem discutidos também. “*Compartilhar algumas fotos mais íntimas não é se expor. Ruim é quando te etiquetam em uma foto que não queria que fosse publica.*”¹²¹ e “*Fotos que nem vejo antes, só quando são publicadas. Por exemplo: Uma foto com minha mulher quando estamos discutindo ou beijando.*”¹²² Como já citado também na questão 10 (não pela mesma pessoa), alguns se incomodam com o fato de serem expostos pelos seus “amigos” através da marcação ou *tag* ou etiquetagem em fotos. Este tipo de visibilidade por vezes não é exatamente uma escolha (o usuário pode bloquear este tipo de ação, mas muitos desconhecem a mecânica para fazer isso). Logo, há também aquela visibilidade em que a pessoa é exposta através da ação (marcação em fotos, comentários indiscretos no mural etc.) do *outro*.

Já aqui o pesquisado utiliza uma expressão bem interessante que reflete a forma como ele pensa a visibilidade no *site*: “*Não aguento mais tanta "evasão" de privacidade.*”¹²³ Neste caso, transparece que as pessoas se expõem e que é algo que acontece com frequência. Tal colocação lembra a de Bauman (2011), exposta no primeiro capítulo, onde cita Tisseron ao dizer que os relacionamentos significativos passaram do campo da *intimité* para o da *extimité* – ou seja, extimidade.

A próxima fala – “*Facebook para mim é uma ferramenta para troca de informações pontuais. Acho desnecessária a roteirização da vida*”¹²⁴ – faz com que a citação de Sibilia (2008), proferida no capítulo II, seja bem apropriada. A autora afirma que as pessoas passam a agir como se estivessem sempre diante das câmeras, a vida ficcionada como um filme. Esta roteirização de cada cena, como se tudo fosse relevante e digno de ser eternizado é algo presente no *Facebook*.

Alguns, a exemplo do próximo pesquisado, acham a palavra *expor* pejorativa: “*Não classificaria como expor e sim compartilhar. Acredito que as pessoas, que, como eu, costumam compartilhar seu dia-a-dia nas redes sociais não encaram tal ação como exposição. E sim como forma de interagir e sociabilizar com amigos e com quem mais o seguir sobre suas formas de pensar, agir. Suas descobertas gastronômicas ou preocupações político/religiosas. A alegria do nascimento do seu primeiro afilhado ou tristeza pela derrota do seu time.*”¹²⁵ O homem que respondeu a esta questão,

¹²¹ Pesquisado 18

¹²² Pesquisado 35

¹²³ Pesquisado 144

¹²⁴ Pesquisado 28

¹²⁵ Pesquisado 29

respondeu exatamente a mesma coisa na questão 17. Mas, curiosamente, disse que sim, seus amigos expõem suas vidas, mas ele não expõe. Não é porque a pessoa afirma não expor sua vida que ela não expõe. A título de ilustração este mesmo usuário assinalou que faz comentários pessoais, que já postou o que estava sentindo, que costuma publicar o que sente, que sua página contém fotos de grandes momentos de sua vida e que também há fotos onde está beijando na boca, chorando, dormindo ou acordando, no trabalho etc. Pode-se perceber, não só através deste usuário, que, mesmo apresentando respostas anônimas, alguns pesquisados de algum modo se constrangem ou não enxergam seu nível de exposição no *Facebook*.

A próxima fala traz outro tema: *Uso mais para "ver" os outros, mais voyeur mesmo, com um espírito de curiosidade. Além de ser o melhor meio para "achar" amigos antigos. Esse para mim é o grande benefício do FB.*¹²⁶ Como já citado no capítulo I, o *voyerismo* parece ter sido facilitado com os *sites* de redes sociais. Para ilustrar isso, é ver que na amostra pesquisada 90% das pessoas publicam fotografias, o que significa que, se antes o acesso às fotos de família etc. era mais restrito, agora não é mais. As pessoas estão nos SRS para verem e serem vistas (Boyd, 2010).

► Alguns se expõem, já outros não

É praticamente impossível afirmar que absolutamente todos os “amigos” de *Facebook* costumam se expor, e isto ficou claro em algumas falas. Aqui foram escolhidas algumas: *“Não são todos, mas boa parte deles divulgam questões muito pessoais que não são de interesse público. Muitos se expõem de maneira negativa, ex: falam mal do trabalho.”*¹²⁷ Se antes, alguns anos atrás quando a internet estava no seu início, o anonimato era uma prática comum, hoje não, as pessoas identificam-se, por exemplo: nos SRS ainda existe o anonimato, mas a grande maioria dos perfis apresentam as pessoas do mundo *offline*, isto é, a foto que está no perfil é referente ao seu usuário, o seu nome é o verdadeiro etc. Algumas pessoas parecem não se dar conta disso, para ilustrar: as pessoas continuam falando mal (isso sem citar *cyberbullying*, falas preconceituosas e afins) do chefe, namorado... como se a vida *online* fosse descolada da *offline*, como se não houvesse consequências das coisas ditas no ambiente *online*.

¹²⁶ Pesquisado 189

¹²⁷ Pesquisado 73

Outra fala interessante é “*Alguns, sim! Já que ele falam de suas vidas em seus posts. Não acho isso um prática ruim, mas tenho certo receio pelo nível de intimidade que isso parece criar entre pessoas que você nem conhece pessoalmente. Acho que pode gerar alguns conflitos nas fronteiras das relações.*”¹²⁸ Tal colocação remete ao capítulo I, quando se falou sobre Lanier (2010) foi dito que o autor afirma que o conceito de estar conectado a outra pessoa dentro do *site* é diferente do que se observa *offline*. Pois, no que ele afirma ser o mundo real, é preciso investimento e tempo. Já no mundo da internet, essa sensação de ligação é feita de forma imediata. E esta outra fala (“*Alguns exageram, expondo-se demais. Outros sabem negociar as condições e categorias das exposições. No entanto, considero a vida pessoa muito mais complexa do que quaisquer recortes desta expostos no facebook.*”¹²⁹) vai ao encontro do que Lanier defende sobre as pessoas reduzirem-se para que *softwares* como o do *Facebook* as entendam e processem seus dados.

► Segurança

A questão da segurança foi citada, alguns exemplos: “*A privacidade é negligenciada, especialmente em lugares onde essas informações podem ser usadas por terceiros para fins impróprios. A principal ferramenta é o "check-in" (identifica o lugar onde você está). Já tive amigos fazendo "check-in" em laboratórios de análises clínicas. Acho que em países onde a violência é alta, expor esse tipo de informação é muito arriscado.*” e “*Alguns comentam detalhes muito particulares de suas vidas, como horários de saída e chegada em casa, onde estão (o tempo todo, em tempo real), o que comeram, etc. Acho desnecessário e perigoso.*”¹³⁰ Isto quer dizer que o *site* permite que ferramentas como o “*check-in*” (algumas pessoas nem utilizam esta ferramenta, mas os “*amigos*” as marcam e entregam o local onde elas estão. O recurso pode ser desativado nas configurações de privacidade, mas nem todo usuário entende bem como configurar essa e outras ferramentas), o “*mural*” (próprio ou de “*amigos*” dependendo do uso que se faça dele expondo locais, comentários pessoais etc.) sejam capazes de dar uma maior visibilidade do usuário no *Facebook*.

¹²⁸ Pesquisado 85

¹²⁹ Pesquisado 90

¹³⁰ Pesquisados 55 e 96

► Cada um decide sobre sua vida

“Cada um faz o uso que deseja da sua imagem. O particular pode ser público. E vice-versa.”¹³¹ Como dito no capítulo II, a esfera pública vem crescendo e devorando a esfera privada, e mais recentemente, a da intimidade. É fácil ter acesso, também através do *Facebook*, à vida íntima tanto de personalidades famosas, quanto do indivíduo ordinário. Como bem frisa Sibilia (2008): no século XXI, as pessoas são convocadas a se mostrarem, as construções de si são orientadas para o olhar alheio.

► Não comentou

Alguns preferiram não comentar esta questão e não deram nenhuma informação a mais sobre o fato de seus amigos se exporem ou não as suas vidas no *Facebook*.

► Pergunta 16: Você acha que você expõe sua vida no *Facebook*?



Figura 33: reprodução / Talita Guimarães

Em relação à pergunta 14, esta obteve um nível de respostas mais equilibrado. 102 pessoas (51%) afirmam que sim, expõem suas vida no *site*. Já 98 pessoas (49%) dizem que não. Assim como na questão 14, nesta aqui também tem que ser feita uma ressalva: há que se levar em consideração que a percepção de cada pesquisado pode variar em relação ao que ele considera o que é expor a sua própria vida.

Cruzando as respostas desta questão com a 14^a, teremos os seguintes resultados: dos 200 pesquisados, 14 (quatorze) responderam “não” para as duas questões e 101 (cento e um) responderam “sim” para as duas questões. Portanto, a maioria acredita que tanto seus amigos, quanto eles próprios expõem sua vida no *Facebook*.

Dos quatorze que responderam não para as duas questões, treze deles curiosamente responderam que postam comentários pessoais na 6^a questão. Há um único caso deste grupo que não posta comentário pessoal, porém ele (gênero masculino) na 10^a questão afirma que no seu *Facebook* há fotos do dia a dia em que ele está em

¹³¹ Pesquisado 53

casa e, na 5ª questão, afirma que os comentários e as conversas feitas no seu “mural” são expostos para todos os usuários de internet.

Já para a resposta “sim”, na 14ª (acha que os amigos se expõem), e “não”, nesta 16ª questão, o número foi de 84 pessoas. Deste grupo de 84 (oitenta e quatro), 61 (sessenta e um) afirmam que postam comentários pessoais.

O contrário (assinou “não” na 14ª e “sim” nesta questão) foi registrado somente por uma pessoa. Este baixo número era esperado, já que é mais difícil de reconhecer que você se expõe em relação aos outros.

Das 102 pessoas que afirmam se expor, 93 afirmam que o teor dos seus comentários no *Facebook* são de ordem pessoal. Logo, das pessoas que julgam se expor, a maior parte delas faz comentários pessoais.

Das 102 pessoas que afirmam se expor, quando perguntadas na 10ª questão se publicam no *Facebook* fotos do seu dia a dia, 25 assinalaram “eu não publico fotos deste gênero” ou “não, eu não apareço. Só publico paisagens, objetos, outras pessoas etc.” Porém, há pessoas que não publicam fotos do dia a dia, mas publicam de grandes momentos de sua vida, que é o caso de 13 pessoas dentre as 25 antes citadas.

Das 102 pessoas que afirmam se expor, 73 já chegaram a comentar no *Facebook* o que estavam sentindo em determinado momento. Já destas 73 pessoas, 17 costumam fazer isso pelo menos uma vez por semana.

Das 102 pessoas que afirmam se expor, 72 já chegaram a publicar o que fizeram no seu dia. Já deste grupo de 72 pessoas, 19 fazem isto pelo menos uma vez por semana.

Das 102 pessoas que afirmam se expor, 38 já chegaram a publicar planos para o futuro, e somente 8 o fazem com a frequência semanal. Provavelmente isto se deva ao fato de muitos terem associado planos para o futuro como questões maiores (casar, ter filhos, mudar de apartamento, morar fora etc.).

Ao comparar o grupo da comunicação social com o das demais áreas, temos os seguintes resultados: dos 106 graduados ou pós-graduados em comunicação, 56 acham que expõem a própria vida no *Facebook*, o que corresponde a 52%. Já o grupo das demais áreas (94 pessoas) apresenta 46 pessoas que consideram se expor no *Facebook*,

isto é, 48%. Logo, o grupo da comunicação social acha que se expõe mais no *Facebook* do que as pessoas das demais áreas.

Se o parâmetro for atividade profissional, das 88 pessoas que trabalham com comunicação social, 48 pessoas consideram que seus amigos expõem sua vida no *Facebook*, o que corresponde a 54%. Já dos 112 profissionais das demais áreas, 54 consideram o mesmo, o que corresponde a 48%. Logo, aqui também o grupo da comunicação social acha que se expõe mais no *Facebook* do que as pessoas das demais áreas.

► **Pergunta 17: Comente a resposta anterior.**

Da mesma forma que a 15ª questão, optou-se aqui por trabalhar categorias para por ser ela também ser aberta.

► **Estar no *Facebook* por si só já é uma maneira de se expor**

“O simples fato de assinar uma rede social, qualquer que seja, já não é uma forma de exposição?”¹³² Como já mencionado, o que é considerado expor a vida no *Facebook* varia de pessoa para pessoa. Para os pesquisados enquadrados nesta categoria, ter uma conta no *site* já é o suficiente para expor suas vidas. “Se eu comparar com a maioria das pessoas: não me exponho muito, mas eu diria que sim, por fazer parte do *Facebook*, estou mais exposta do que estaria se eu não fosse utilizadora desta ferramenta. Por mais que eu evite falar mal do meu trabalho, não publique fotos em que apareço ou meus familiares e amigos, às vezes eu deixo escapar algo que me expõe já que nem todos os “amigos” de *Facebook* são meus amigos de verdade, muitos são apenas conhecidos.”¹³³ Percebe-se que esta mulher toma certos cuidados para não expor alguns fragmentos da sua vida. Porém, reconhece que, ainda assim, está exposta mais do que estaria se não utilizasse o *site*. De fato, a pessoa pode deixar rastros de sua personalidade, gostos, preconceitos etc. através da foto do perfil, do que “curte”, de comentários brincando com as fotos de amigos etc. Outra questão relevante desta fala é a pontuada de que nem todos os “amigos” são amigos. Como já visto, Granovetter (1973) classificou os laços sociais em fortes e fracos. O curioso de um *site* como o *Facebook* é que um mesmo usuário pode reunir centenas de laços de intensidades

¹³² Pesquisado 132

¹³³ Pesquisado 73

diferentes em um mesmo ambiente e isto pode gerar algum tipo de desconforto na forma de se expor, pois como lidar com todos?

A seguir a fala de mais um pesquisado: *“Todos nós que temos uma conta no sistema facebook expomos, em maior ou menor medida, nossas vidas na rede. Quase não publico nada sobre minha vida pessoal - nem em textos, nem em imagens. Uso o facebook para me comunicar com pessoas conhecidas, mas, quando se trata de um assunto mais íntimo, faço isso por mensagem privada. Ainda assim, é possível saber quem eu sou. Basta ver minhas relações, o tipo de coisa que publico. E tem ainda o que os outros publicam sobre a gente. Não tem jeito: todos estamos expostos. Até aqueles que não tem contas.”*¹³⁴ Interessante a colocação de que até quem não possui conta está exposto. Em alguns casos isto realmente acontece: um indivíduo não está no *site*, mas sua esposa, seus amigos ou uma empresa, por exemplo, postam fotos dele em um jantar entre amigos ou algum evento. Também podem comentar publicamente no *Facebook* algo que ele fez, alguma gafe etc. Portanto, há pessoas que se incomodam por serem ou já terem sido expostas no *Facebook* mesmo não sendo usuárias dele.

► **Segurança, crime etc.**

O nível de segurança no Brasil talvez interfira para que alguns tenham citado o perigo da exposição no *Facebook* e como ela pode servir como arma para sequestros, golpes etc. Uma fala que ilustra esta categoria é *“Tenho muito cuidado com isso, vejo noticiários que mostram que sites de relacionamento como o facebook são fontes valiosas para criminosos.”*¹³⁵ Portanto, algumas pessoas protegem sua vida privada por medo do perigo.

► **Profissão, vitrine**

Alguns pesquisados citaram a questão profissional como fator importante para estar no *Facebook*. Um exemplo é *“Em parte sim, ainda q eu evite, mas tornou-se obrigação profissional”*¹³⁶ Como exposto no primeiro capítulo, as pessoas são conectadas por relações de variadas naturezas: amizade, trocas informativas etc. o que faz com que um mesmo indivíduo tenha várias redes sociais, uma para pessoas do seu trabalho, outra para familiares etc. Esta faceta é transportada para o *Facebook* também, pois neste ambiente é possível que um utilizador mantenha ligado ao seu perfil pessoas

¹³⁴ Pesquisado 11

¹³⁵ Pesquisado 186

¹³⁶ Pesquisado 198

das mais difentes redes sociais ao mesmo tempo. O que se torna um grande desafio gerenciar todas ao mesmo tempo, porque um comentário ou fotografia pode ser apropriado para os familiares, mas não para os colegas de trabalho.

► Tenho controle

Nesta categoria estão os que consideram que possuem controle sobre o que expõem no *site*. “*Eu controlo isso*” e “*acho que exponho o que quero que as pessoas saibam!*”¹³⁷, embora este último não tenha total segurança, pois usa o verbo achar.

► Só acompanha

Alguns pesquisados afirmam que apenas acompanham o que os outros fazem no *Facebook*: “*Apenas acompanho as informações dos colegas e de grupos do qual faço parte.*”¹³⁸ e, desta maneira, de um certo modo eles se resguardam e não expõem sua vida neste ambiente.

► Sabe que expõe sua vida, alguns até sabem de que maneira fazem isso

Estão enquadrados nesta categoria aqueles depoimentos que demonstram que o pesquisado sabe que expõe sua vida. Alguns deles identificam, inclusive, onde (nos comentários, nas fotografias etc.) ou como (divulgando assuntos pessoais etc.).

“*Acho que na medida em que concordo ou discordo de um comentário, exponho minhas ideias. quando me relaciono com amigos na rede e não tenho nenhum controle sobre o teor de seus comentários, discretos ou indiscretos, também estou me expondo. e por aí vai. para mim, o facebook é uma grande vitrine e todos os usuários, incluindo eu, claro, somos objetos de especulação, curtição e não-curtição.*”¹³⁹ Aqui percebe-se que o pesquisado enxerga que expor sua vida em parte é responsabilidade sua e, em parte, dos outros. Também vê o *site* como um espaço onde todos estão visíveis.

Muitos parecem, através de seu depoimento, saber de que maneira se expõem, como: “*Vivemos um era da imagem, e o facebook, assim como demais comunidades virtuais, expõem uma imagem que construímos de nós mesmos, mesmo não sendo totalmente fiel, é uma ficção das nossas vidas. Ao acessarem minha página, as pessoas sabem que estou casada, se estou magra ou não, onde estou morando, e ainda mais informações por meio dos recados deixados no meu mural.*”, “*Na verdade, me*

¹³⁷ Pesquisado 3 e 116

¹³⁸ Pesquisado 28

¹³⁹ Pesquisado 88

*considero mediana. Não publico coisas pessoais e tem apenas 3 fotos mas você pode saber onde estudei e trabalhei, e quem é meu parente e meu marido pelo meu Facebook” e “Não exponho tudo. Mas na medida em que publico fotos de viagens ou encontros com amigos, se faço comentários a respeito de alguma idéia que tenho, dou opinião ou ainda mostro sentimentos, estou expondo um pouco da minha vida pros meus amigos”*¹⁴⁰ Todos estes três comentários demonstram que os pesquisados em questão têm noção de que expõem suas vidas. Os momentos íntimos muitas vezes expostos, em uma fase anterior aos *sites* de redes sociais eram praticamente impossíveis de serem vistos por tantas pessoas.

“Não consigo me conter em algumas situações e quero gritar para o mundo o que estou sentindo, assim twitter e facebook são minha válvula de escape.” Esta exposição, que o *Facebook* dá sua contribuição, vai trazer uma nova configuração da vida pública e privada.

► Não quer se expor ou se expõe, mas com cuidado com o que publica ou para quem publica

Esta foi a categoria da questão 17 que somou mais exemplos.

Alguns simplesmente não querer se expor por vontade própria (*“tenho pavor em saber que as pessoas – mesmo os amigos – sabem para onde vou ou deixo de ir... com quem estou etc etc.”*¹⁴¹), outros por questões externas (*“Pode dar problema no trabalho”*¹⁴²). A popularização dos *sites* de redes sociais não tem nem uma década completa ainda, logo é algo novo com que as pessoas estão aprendendo a lidar. Alguns mudam sua relação com o modo de expor sua vida nos referidos *sites* por já terem tido uma má experiência devido à sua maneira de se expor (*“Aprendi a usar a ferramenta por me expor demais no orkut. Hj só exponho o que quero que saibam”*¹⁴³).

Uma das críticas de Lanier aos *sites* de redes sociais é que a pessoa tem que se enquadrar na interface deles. O comentário a seguir demonstra como isto por vezes gera um incômodo no usuário: *“Bloqueio o que posso e ainda me incomoda minhas atualizações aparecerem no feed de notícias dos meus amigos. Deveria ter uma opção de configuração que impedisse isso. Isso impede que eu use o facebook com mais*

¹⁴⁰ Pesquisados 89, 19 e 54

¹⁴¹ Pesquisado 12

¹⁴² Pesquisado 160

¹⁴³ Pesquisado 65

frequência.”¹⁴⁴ Fica claro que a pessoa não está satisfeita com esta funcionalidade, ela pode apagar tais publicações, mas, por enquanto, não pode impedir. Logo, resta a ela conviver com isso caso deseje continuar a ser uma usuária.

“Não, procuro usar o Fb como uma ferramenta de contato e não de exposição.” e *“Utilizo a ferramenta como forma de comunicação, apenas.”*¹⁴⁵ Os dois comentários anteriores afirmam que utilizam o *site* somente para se comunicar, estar em contato. Porém, não é nada raro que ao entrar em contato com alguém publicamente a pessoa exponha sua vida a todos presentes no ambiente. Como visto, o ser humano molda-se através do encontro com o *outro* e esta interação é feita a partir da comunicação. Ao modificar a plataforma desta, muda-se também a relação com o *outro* (a experiência do contato) e consigo mesmo.

Além da exposição consentida, há aquela em que foge ao domínio do indivíduo, em que ele, por exemplo, é filmado sem se dar conta ou tem que se sujeitar àquela exposição – como ser monitorado por câmeras de segurança em prédios comerciais. É cada vez mais difícil conseguir separar ficção da realidade. Como pontuado antes, até as relações são materializadas em imagens e tornadas espetáculos. Embora haja quem não concorde com tal prática: *“minha vida não é novela”*¹⁴⁶. Apesar de muitos pautarem suas vidas no *Facebook* como uma novela onde a audiência se depara com novos capítulos a cada dia, outros preferem não expor sua vida desta maneira.

Para outros é sempre uma mediação, uma forma de tentar equilibrar o que expõe e o que preserva: *“evito usar frases para falar de sentimentos pessoais ou mandar mensagens indiretas, postar fotos muito íntimas, discutir relação ou expressar descontentamento com algo. por que acho que esse tipo de registro em páginas de relacionamento podem expor desnecessariamente o dono do perfil. prefiro usar o fb como um painel para expor links interessantes ou manter contato com amigos e família que estão mais distantes.”*, *“procuro impor limites ao desejo de expor a vida pessoal no Facebook. Tento usar a ferramenta como networking profissional. Às vezes é difícil separar as duas áreas.”*¹⁴⁷

Outra questão é para quem é feita a exposição: *“tenho reduzido cada vez mais minha participação. Meu grupo de amigos ficou tão grande que não vejo mais graça*

¹⁴⁴ Pesquisado 45

¹⁴⁵ Pesquisados 2 e 161

¹⁴⁶ Pesquisado 106

¹⁴⁷ Pesquisado 130

em compartilhar coisas com estranhos. Também não tenho paciência para ficar criando grupos. Está ficando chato.”¹⁴⁸ Muitos observam que mesmo no ambiente online não há problema que a exposição seja feita, desde que apenas para os mais próximos.

O comentário a seguir fala sobre o cuidado que o pesquisado toma em relação à sua exposição, mas coloca em questão se o próprio *site* protege suas informações. “*Eu exponho muito a minha vida, mas somente para os meus amigos. Não adiciono pessoas desconhecidas, e não permito que amigos de amigos saibam sobre mim. Resta saber se o facebook é de fato uma rede que protege as nossas informações! (?)*”¹⁴⁹ Esta desconfiança não é à toa, algumas vezes o *Facebook* foi acusado de expor indevidamente os dados de usuários. Uma das vezes o *Wall Street Journal* divulgou que aplicativos disponíveis no *site* haviam repassado informações (nomes dos utilizadores, preferências, lista de amigos) para agências de propaganda.¹⁵⁰

► Contraditório

Esta categoria inclui dois pesquisados. É verdade que muitos se contradizem se compararmos as respostas discursivas com as objetivas. Por exemplo: na discursiva afirma não expor sua vida, mas ao analisar itens como comentários pessoais, o que está sentindo, fotos dormindo ou acordando, trabalhando, chorando, entre outras questões. Porém, o pesquisado a seguir assinala na questão 16 que “não”, e nesta 17 diz “*Não, não poderia, mesmo se queresse. Expõe devaneios, ilusões e humor, fragmentos da minha "psique". A vida - e é preciso ser filosófico ou poético sim - sempre ultrapassa, sempre extrapola.*”¹⁵¹ Logo, na 16 afirma que não, mas nesta diz que mesmo se queresse (*sic*) não poderia não expor, já que expõe devaneios etc. O segundo pesquisado também diz “não” na questão 16, e nesta diz: “*Porque apenas faço comentários que me expõe, tipo brincadeiras c/ amigos, comentários sobre festas, coisas do tipo.*”¹⁵² Falta de atenção ao responder ou mesmo não ter a resposta muito clara para eles mesmos podem ter gerado estas contradições.

¹⁴⁸ Pesquisado 144

¹⁴⁹ Pesquisado 197

¹⁵⁰ Fonte: <http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/facebook-violou-as-proprias-normas-de-privacidade> Acesso em 12 de agosto de 2011.

¹⁵¹ Pesquisado 33

¹⁵² Pesquisado 175

► O outro me expõe

Aqui a exposição vem do *outro*, isto é, os pesquisados dizem que alguns “amigos” os expõem no *Facebook*. *“Amigos acabam postando fotos e fazendo comentários que acabam me expondo de uma forma que não desejaria. Fico receoso desta exposição.”*¹⁵³, *“Eu não preciso, os outros já fazem isso por mim. Nas respostas em que comentei sobre as fotos do meu perfil, como eu disse, nenhuma fui eu que poste... todas são fotos de amigos em que fui marcada. Mas procuro evitar exposição excessiva, desmarcando fotos quando julgar necessário e só divulgando informações que não tenham cunho pessoal muito profundo. Na maioria das vezes, posto apenas frases pra reflexão, ou comento status de amigos, ou divulgo eventos.”*¹⁵⁴ Como mencionado na questão 10, a ferramenta de marcação que, por vezes incomoda alguns usuários, pode ser ajustada de modo que não permita ser marcado. Alguns não sabem utilizá-la e outros, por mais que reclamem, gostam de ser marcados, pois sabem utilizar, mas preferem não inutilizá-la, como é o caso do pesquisado do próximo depoimento: *“Isso é inevitavelmente quando se entra no Facebook. Até evito abordar determinados assuntos de trabalho (quando é estratégico calar) e momentos de lazer. Este último, por exemplo, sempre aparece em fotos nos álbuns de amigos. Sei que tenho opção de desmarcar as fotos e até mesmo não permitir que me marquem, mas acho divertido me ver, receber os comentários dos amigos, de modo que acabo deixando...”*¹⁵⁵

► Respondeu na discursiva anterior ou a cita claramente para que ela seja lida

Para entender a respostas dos pesquisados enquadrados nesta categoria é preciso consultar as respostas da pergunta número 15, como exemplo *“Vide resposta anterior.”*¹⁵⁶

► As pessoas são as mesmas no mundo *on* e *offline*

*“Encaro a exposição no facebook como uma autenticidade pessoal, ou seja, a pessoa se mostra como ela exatamente é.”*¹⁵⁷, *“Acho que também não exponho muito minha vida fora do Facebook. Se eu fosse expansivo offline, provavelmente seria expansivo online também. Acho que a postura das pessoas no Facebook não difere*

¹⁵³ Pesquisado 102

¹⁵⁴ Pesquisado 181

¹⁵⁵ Pesquisado 149

¹⁵⁶ Pesquisado 15

¹⁵⁷ Pesquisado 74

muito do jeito que elas são nas relações pessoais.”¹⁵⁸ As falas desta categoria lembraram algo dito no capítulo anterior em que se afirma que a proximidade do indivíduo, objeto do espetáculo, e o espectador é muito intensa na contemporaneidade. O fato de o indivíduo ter consciência da existência deste espectador sempre presente pode mudar a sua maneira se comportar, pois, de forma consciente ou não, este indivíduo por vezes é levado a agir através de palavras escritas, fotografias etc. de uma forma menos espontânea, pois suas ações podem ser baseadas naquilo que ele imagina que será a forma que a sua mensagem será recebida no *Facebook*.

► **A pessoa se expõe e não quer admitir ou não enxerga desta forma**

A presente categoria pertence àqueles que não enxergam que fazem exposição das suas vidas ou não gostam de admitir isto. O depoimento a seguir ilustra isto: “A resposta é mais para “não” do que para “sim”, mas, de algum modo, eu me exponho sim no facebook, pois mantenho certa atualização de conteúdo e converso com amigos e colegas via bate-papo do facebook.”¹⁵⁹ O homem assinalou “não” na resposta anterior, mas nesta, ao discorrer sobre o assunto, percebeu que de alguma maneira expõe sua vida.

► **Não comentou**

Assim como ocorreu com a primeira pergunta discursiva, nesta algumas pessoas também preferiram não responder.

III.4 A visibilidade contemporânea no *Facebook*

Baseado no recorte da realidade do grupo pesquisado – e é preciso ter cuidado para não generalizar, estabelecer parâmetros para toda a sociedade brasileira – foi percebido que o grupo de comunicação social de uma forma geral costuma expor mais da sua vida no *Facebook* do que o grupo das demais áreas.

Em relação às respostas discursivas, a categoria que teve mais depoimentos selecionados para a 15ª questão (Comente a resposta anterior que se referia a “Você acha que os seus amigos expõem suas vidas no *Facebook*?”) foi a categoria “Sim, os amigos expõem suas vidas e/ou alguns até exageram nesta exposição.” Portanto, a maioria das pessoas enxergam que seus amigos expõem sua vida no *Facebook*.

¹⁵⁸ Pesquisados 152

¹⁵⁹ Pesquisado 95

Já a 17ª questão (Comente a resposta anterior, que se referia à “Pergunta 16: Você acha que você expõe sua vida no *Facebook*?”) a categoria com mais depoimentos foi “Não quer se expor ou se expõe, mas com cuidado com o que publica ou para quem publica”. Portanto, a maioria das pessoas tem certo receio de expor totalmente sua vida no *Facebook*, mesmo aquelas que façam tal prática.

CONCLUSÃO

O percurso até aqui contribuiu para elucidar algumas questões e levantar debates relativos à visibilidade contemporânea, mais especificamente aquela que se dá no ambiente *online*, no ambiente do maior *site* de rede social do mundo: o *Facebook*.

Sabe-se que não foi possível esgotar o tema, isto seria impossível, pois esta é uma área muito dinâmica – só para ilustrar, o *Facebook* alterou suas ferramentas de privacidade durante a escrita do presente trabalho. Por mais atual que seja, a pesquisa estará sujeita a este tipo de situação que foge ao controle do autor. Como já pontuado anteriormente, este tipo de modificação não invalidou de modo algum a análise.

Foi visto que o homem é um ser de ligação. E para que haja relação entre os homens é preciso que exista comunicação entre eles; ao mudar tão substancialmente a plataforma da comunicação, muda-se a forma do ligar-se ao outro e até mesmo a forma de lidar consigo mesmo, pois, como Sibilia (2008) observou, as pessoas precisam de exercícios de introspecção, como um diário íntimo, para elaborar o que lhes acontece. Antigamente, tais práticas eram localizadas na interioridade, mas hoje isto passa a ser visível, esta construção do *eu*, muitas vezes se dá no ambiente *online*.

As redes sociais existem desde os primeiros hominídeos, mas nunca se falou tanto neste assunto como agora, com a popularização dos *sites* de redes sociais – que constituem uma plataforma de expressão das redes sociais e, portanto, não são sinônimos delas. Inclusive, é preciso dizer que, além das pessoas que ainda não possuem acesso à internet, existem aquelas que não estão nos *sites* de redes sociais.

Sem dúvida, um dos maiores focos atuais quando se fala em redes sociais¹⁶⁰ é o Facebook. O site e o seu fundador e CEO, Mark Zuckerberg, estão sob os holofotes por diversos motivos, entre eles: o impressionante número de oitocentos milhões de usuários ativos da ferramenta e o sucesso de “*The social network*”, filme dirigido por David Fincher que conta a história livremente inspirada na fundação do *site*.

Enquanto há entusiastas da internet e desta nova forma de comunicação, como por exemplo Benkler (2006), que acredita que todos são livres para observar, questionar etc., há aqueles mais reticentes, como Lanier (2010), que entende que o culto ao coletivo *online* e *sites* de redes sociais desvaloriza a voz individual, reduz as relações e

¹⁶⁰ De um modo mais amplo ou mesmo quando o que está em questão são os *sites* de redes sociais.

o modo como o ser humano se vê a si próprio. Transpor para a vida *offline* a mecânica do funcionamento dos *sites* de redes sociais é um dos perigos apontados pelo autor do termo “realidade virtual”.

Não são somente os *sites* de redes sociais os responsáveis, mas a expansão da visibilidade contemporânea se dá, em grande parte, através da ajuda de *sites* do gênero. Se antes a vida das celebridades conseguia despertar a curiosidade – e atualmente ainda desperta –, hoje esta faceta também pertence aos cidadãos ordinários. Ranun (1990) considera que o íntimo pode ser revelado tanto pelo retrato visual quanto pelo escrito. O recorte feito pelo questionário, por exemplo, aponta que estes cidadãos alimentam esta prática na medida em que 86% afirmam que o teor dos seus comentários são de ordem pessoal e 90% publicam fotografias. Não são só os grandes momentos familiares que passam a ter a atenção de quem é protagonista e de quem é o espectador destes momentos, mas a vida banal também, os números apontados nos resultados do questionário apontam isto. Como Recuero (2009) observou, a visibilidade é uma característica comumente relacionada aos *sites* de rede social. Boyd (2010) também concluiu que as pessoas estão nos SRS para verem e serem vistas.

Das fotos de casamento publicadas no *Facebook* ao pedido de casamento feito através do próprio *site*, a era contemporânea vem marcar novas práticas de exposição, caracterizadas pela exteriorização do *eu*, as pessoas expõem mais sua vida publicamente do que em outras épocas. Para Sibilia (2008), no século XXI, as pessoas são convocadas a se mostrarem, vão se tornando quem elas são orientadas por um modo exteriorizado, e não mais intimista como antes.

O grau desta visibilidade varia de uns para outros, mas uma pessoa que está no *Facebook* acaba por se expor mais do que se ela não estivesse. Algumas vezes, ressalte-se, a exposição atinge até mesmo aqueles que não estão no *site*, por exemplo a mãe que coloca a foto de um filho, a esposa de um marido que não possuem contas no mesmo.

O fazer parte de um *site* de rede social é algo novo. A popularização no Brasil se deu em meados dos anos 2000, as pessoas ainda estão no processo de familiarização com a ferramenta. Através de alguns depoimentos do questionário, pode-se perceber também que, para alguns, a interface do *Facebook* dificulta, pois muitos desconhecem a funcionalidade do *site* de modo aprofundado, e isso pode gerar uma exposição maior do que a desejada por aquele determinado utilizador.

Segundo Geada e Bragança de Miranda (2002), há uma compulsão à conexão, o que é corroborado por muitos depoimentos colhidos no questionário¹⁶¹. Os dispositivos móveis tendem a aumentar ainda mais esta conexão, já que atualmente no universo do *Facebook* de todos os oitocentos milhões de usuários, em torno de trezentos e cinquenta milhões utilizam dispositivos móveis para acessar o *site*. Logo, o potencial de crescimento desta parcela, juntamente com as expectativas de aumento das vendas de *smartphones* e *tablets* tende a aumentar a conexão. Além disso, Zuckerberg e sua equipe estão sempre a atualizar o *site* de modo que ele integre cada vez mais ferramentas que façam as pessoas passarem mais tempo “dentro” dele. Ferramentas como jogos, *chat*, entre outras.

Toda esta exposição na internet, e aqui há um foco maior sobre os SRS, vai trazer uma nova configuração da vida pública e privada. Os limites entre estes dois campos sofrem profunda remodelação e passam a ser cada vez mais difícil definí-los.

O professor Rosa (2009) alerta para o fato de a vida *online* definir as pessoas tanto ou mais do que a *offline*. Isto foi exemplificado na utilização de consultas dos perfis dos candidatos a um emprego por empresas contratantes. Mas esta questão não é tão restrita, por vezes quando uma pessoa não conhece a outra e apenas ouve falar sobre ela, vai ao *Facebook* procurá-la para obter mais informações. Virou um grande banco de dados de consulta sobre a vida das pessoas.

O questionário do último capítulo apontou algumas conclusões sobre os pesquisados: as mulheres afirmam expor mais sua vida no *Facebook* do que os homens (51% e 50%, respectivamente), embora a diferença não seja substancial. Elas também tecem mais comentários de teor pessoal do que eles (84% e 82%, respectivamente). O grupo da comunicação social costuma expor mais sua vida no *Facebook* do que o grupo das demais áreas, o que a princípio pode gerar estranhamento (como as pessoas que, em tese, na teoria e na prática, sabem mais a respeito da importância da comunicação, imagem etc. expõem mais sua vida do que as pessoas das demais áreas?), porém, por outro lado, são pessoas acostumadas com a palavra, com a comunicação pública etc. Outra conclusão baseada no grupo pesquisado foi que a maior parte deste universo acredita que seus amigos expõem suas vidas no Facebook. Alguns até afirmam que há um exagero nesta prática. Já quando a questão é voltada para o próprio pesquisado, isto

¹⁶¹ A exemplo do 168 da questão 15.

é, se ele acredita expor sua vida no *Facebook*, a maioria demonstra que ou não deseja expor ou expõe, mas com um certo cuidado para que não haja exageros.

Novamente é preciso pontuar: as questões abertas não possuem uma ancoragem no seu significado, e cada pesquisado respondeu de acordo com sua própria percepção de exposição. Isso já era previsto porque o que importa mais é que tal grupo forneça balizas do modo como é feita esta exposição. Outro ponto é que o questionário apresentado no presente trabalho não teve como objetivo fazer um julgamento sobre os pesquisados, se eles devem ou não expor sua vida etc. Interessa aqui é entender o modo como as pessoas se expõem na contemporaneidade, em especial nos SRS.

A exposição da vida – sem juízo de valor – notadamente marcada no *Facebook*, por mais discreta que seja,¹⁶² já é maior do que em outras épocas. Uma tendência¹⁶³ do século XXI, ao contrário dos anteriores, é que o indivíduo ordinário divulgue a um grande número de pessoas, torne pública informações de caráter privado.

Ao ser indagado por um jornalista sobre a importância do *feed* de notícias do Facebook, Zuckerberg diz uma frase muito interessante para refletir sobre os tempos atuais: “um esquilo morrendo no seu jardim talvez seja mais relevante para os seus interesses neste momento do que pessoas morrendo na África”¹⁶⁴ É preciso pensar qual rumo está a ser dado para a internet e entender como este direcionamento afeta também o mundo *offline*.

Encerra-se aqui a presente pesquisa, mas não a continuidade da reflexão sobre a temática. Pretende-se num estudo posterior aprofundar ainda mais o tema através de estudos de observação de perfis do *Facebook* complementados por entrevistas em profundidade. Assim, será possível comparar com os resultados desta pesquisa.

¹⁶² A exemplo do pesquisada número 107, que afirma só se comunicar no Facebook através de mensagens privadas, possuir uma foto do perfil que não a identifica muito claramente, não publicar fotos de grandes momentos ou do dia a dia, ter dito não para a maioria das perguntas (se publica religião, política, data de nascimento, planos para o futuro, o que fez no dia-a-dia etc.). Mas seus “amigos” podem ver comentários no seu mural e nas suas fotografias (sim, ela aponta que publica algumas vezes ao ano, mas nega que haja fotos de grandes momentos ou do seu dia a dia), o que pode permitir exposição de fragmentos da sua vida. Seja através de comentários dela própria ou do *outro*.

¹⁶³ Não são todas as pessoas que estão nos SRS ou mesmo possuem acesso à internet.

¹⁶⁴ Tradução da autora para “a squirrel dying in your front yard may be more relevant to your interests right now than people dying in Africa.” Fonte: <
http://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html > Acesso em junho de 2011.

BIBLIOGRAFIA

AGAMBEN, Giorgio. **Lo Abierto. El hombre y el animal**. Trad.: Antonio Gimeno Cuspinera. Valencia: Pre-textos, 2005.

AGAMBEN, Giorgio. **A comunidade que vem**. Trad.: António Guerreiro. Lisboa: Presença, 1993.

ARENDT, Hannah. “As esferas pública e privada”. **A condição humana**. Trad.: Roberto Raposo. 10ª ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2007, pg. 31-89.

ARIMA, Kátia e MORAES, Maurício. **O futuro da web está no Facebook?** Revista info. São Paulo: Abril, n. 300, p. 22-37, fevereiro de 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **A face humana da sociologia**. 30 de abril de 2011. Disponível em <http://www.estadao.com.br/estadaodehoje/20110430/not_imp712848,0.php>. Acesso em 1º de julho de 2011.

BAUMAN, Zygmunt. **Em busca da política**. Rio de Janeiro: Zahar, 2000.

BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo. A transformação das pessoas em mercadorias**. Trad.: Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BENKLER, Yochai. **The wealth of networks: how social production transforms markets and freedom**. Yale University Press. New Haven and London. 2006. Disponível em <http://www.benkler.org/Benkler_Wealth_Of_Networks.pdf>. Acesso em 11 de dezembro de 2010.

BRUNO, Fernanda e PEDRO, Rosa. **Entre Aparecer e Ser: tecnologia, espetáculo e subjetividade contemporânea**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXVIII, Rio de Janeiro, 2005. Disponível em <<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2006/Errata2006/Entre%20Aparecer%20e%20Ser.pdf>> Acesso em 03 de maio de 2011.

BOYD, Danah. **Taken Out of Context. American Teen Sociality in Networked Publics**. 406 p. Tese (Doutorado). University of California, Berkeley, 2008.

BOYD, Danah e ELLISON, Nicole. **Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship**. Journal of Computer-Mediated Communication, 13(1), article 11, 2007. <<http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>>. Acesso em: 09 de novembro de 2010.

BOYD, Danah. **Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications**. Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites (ed. Zizi Papacharissi), pp. 39-58. Disponível em <<http://www.danah.org/papers/2010/SNSasNetworkedPublics.pdf>>. Acesso em 09 de novembro de 2010.

BRANCO, Cláudia e MATSUZAKI (orgs). **Olhares da rede**. São Paulo, Momento Editorial, 2009.

BRAZ, Rui. “Por onde o peixe foge”. MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (orgs). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Relógio d’Água Editores, 2002, número extra, pg 285-304.

CABRAL, Rosa Coutinho. “A síndrome da tartaruga” MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (orgs). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Relógio d’Água Editores, 2002, número extra, pg 255-304.

CASALEGNO, Federico. **Memória cotidiana: comunidades e comunicação na era das redes**. Porto Alegre: Sulina, 2006.

CASTELLS, Manuel. **A Era da informação: economia, sociedade e cultura. Vol. I - A Sociedade em rede**. 2ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.

CASTELLS, Manuel. **A galáxia da Internet**. 2ª ed. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2007.

CHUA, Vicent, MADEJ, Julia e WELLMAN, Barry. **Personal communities: the world according to me**. NetLab, University of Toronto, março, 2009. Páginas 1-29. Disponível em
<<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/personal/handbook-community.pdf>>. Acesso em 16 de novembro de 2010.

CHRISTAKIS, Nicholas e FOWLER, James. **O poder das conexões. A importância do network e como ele molda nossas vidas**. Trad.: Edson Furmankiewicz. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

CORBIN, Alain. “O segredo do indivíduo”. ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges (direcção). **História da vida privada. Vol. 4. Da Revolução à Grande Guerra**. Tradução portuguesa com revisão científica de Arnaldo Luis Carvalho Homem. Porto: Edições Afrontamento, 1990, 419-502.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Tradução mobilis in mobile - Francisco Alves e Afonso Monteiro. Lisboa: Edições Antipáticas, 2005.

DEBORD, Guy. **Comentários sobre a sociedade do espetáculo e Prefácio à quarta edição italiana de A Sociedade do Espetáculo**. Lisboa: Edições mobilis in mobile, 1995. # Tradução mobilis in mobile – Fernando Silva e Edmundo Monteir.

FACEBOOK. **Company Timeline**. 2011. Disponível em
<<https://www.facebook.com/press/info.php?timeline#!/press/info.php?statistics>>
Acesso em 24 de agosto de 2011.

FOUCAULT, Michel. **História da Sexualidade I: a vontade de saber**. Trad.: Maria Thereza Albuquerque e J. A. Guilhon Albuquerque. Rio de Janeiro: Graal, 1988.

FRAGOSO, Suely, RECUERO, Raquel e AMARAL, Adriana. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREITAS, Christiana Soares. “O espaço virtual de produção do conhecimento: Abandono ou expressão do real?” MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (orgs). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 2002, número extra, pg 241-260.

GALLOWAY, Alexander e THACKER, Eugene. **The exploit. A theory of networks**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2007.

GARTON, Laura, HAYTHORNTHWAITE, Caroline e WELLMAN, Barry. **Studying Online Social Networks**. Journal of Computer-Mediated Communication 3 (1), Junho 1997. <[http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html#The Social Network Approach](http://jcmc.indiana.edu/vol3/issue1/garton.html#The%20Social%20Network%20Approach)> Acesso em: 20 de novembro de 2010.

GEADA, Maria Teresa. “Corpos ligados: Mobilização e neutralização do desejo”. MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (orgs). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Relógio d'Água Editores, 2002, número extra, pg 459-470.

GRANOVETTER, Mark. **The Strength of Weak Ties**. American Journal of Sociology, volume 78, Issue 6, maio 1973. Página 360-1380. Disponível em <<http://www.jstor.org/>>. Acesso em 20 de outubro de 2010.

GROSSMAN, Lev. **2010 Person of the Year Mark Zuckerberg**. Revista Time. New York, Vol. 176, n. 26 I 2010, p. 36-61, December 27, 2010 / January 3, 2011.

GROSSMAN, Lev. **Time`s Person of the Year: You**. Revista Time. Dezembro de 2006. Disponível em <<http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,1569514,00.html>> Acesso em 23 de junho de 2011.

GUIDDENS, Anthony. **Transformações da Intimidade. Sexualidade, Amor e Erotismo nas Sociedades Modernas**. 2ª ed. Versão Portuguesa. Tradução Rosa Maria Perez. Oeiras: Celta Editora, 2001.

HABERMAS, Jürgen. **Mudança estrutural na esfera pública**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1984.

LANIER, Jaron. **You are not a gadget. A manifesto**. New York: Alfred A. Knopf, 2010.

LANIER, Jaron. **A Internet está errada**. Revista Veja, 16/07/2010. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/jaron-lanier-a-internet-esta-errada>> Acesso em 18 de julho de 2011.

LEMOS, André. **A arte da vida: diários pessoais e webcams na Internet**. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, XXV, 2002, Salvador, p. 1-17. Disponível em <http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/18835/1/2002_NP8lemons.pdf>. Acesso em 04 de agosto de 2010.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Lisboa: Instituto Piaget, 1997.

MARCELO, Ana Sofia. **Novos media: inauguração de novas formas de sociabilidade**. Biblioteca On-Line de Ciências da Comunicação. 2005. Portugal. Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/marcelo-ana-sofia-andre-bentes-novos-media-inauguracao-novas-formas-solidariedade.pdf>> Acesso em 10 de novembro de 2009.

MARCOS, Maria Lucília. “Relação sem relação. Tensionalmente, singularmente. MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (org). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens**, número extra, Lisboa: Relógio d’Água Editores, 2002, número extra, pg. 421-426.

MARCOS, Maria Lucília, “**Abertura**” e “**presença**” no contexto dos novos media. Livro de Actas – 4º SOPCOM, Outubro de 2005, pp. 2016-2021. Aveiro, Portugal. Disponível em <<http://www.bocc.uff.br/pag/marcos-maria-abertura-presenca-contexto-novos-media.pdf>>. Acesso em 09 de junho de 2010.

MARIN, Alexandra e WELLMAN, Barry. **Social Network Analysis: An Introduction**. Forthcoming in Handbook of Social Network Analysis. junho 2009. Págs 1-23. Disponível em <<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/newbies/newbies.pdf>>. Acesso em 02 de dezembro de 2010.

MIRANDA, José Bragança. “Discurso Inaugural: «A Cultura das Redes».” MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (orgs). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens**. Lisboa: Relógio d’Água Editores, 2002, número extra, pg 13-20.

MIRANDA, José Bragança. **Elementos para uma genealogia das ligações**. Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens. 2005. Lisboa. Disponível em <<http://www.cecl.com.pt/redes/pdf/jbm.pdf>> Acesso em 04 de outubro de 2010.

PARISER, Eli. **When the Internet Thinks It Knows You**. Maio de 2011. Disponível em < http://www.nytimes.com/2011/05/23/opinion/23pariser.html?_r=1 > Acesso em 23 de junho de 2011.

PARISER, Eli. **Eli Pariser: Beware online "filter bubbles"**. Maio de 2011. Disponível em < http://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles.html > Acesso em 23 de junho de 2011.

RANUN, Orest. “Os refúgios da intimidade”. ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges (direcção). **História da vida privada. Vol. 3. Do Renascimento ao Século das Luzes.** Tradução portuguesa com revisão científica de Arnaldo Luis Carvalho Homem. Porto: Edições Afrontamento, 1990, 210-266.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2009.

RECUERO, Raquel. “Rede Social”. SPYER, Juliano (org). **Para entender a Internet. Noções, práticas e desafios da comunicação em rede.** Disponível em <<http://www.next.icict.fiocruz.br/arquivos/Para+entender+a+Internet.pdf>> Acesso em 05 de março de 2010.

RHEINGOLD, Howard. **The Virtual Community.** 1998. Disponível em <<http://www.rheingold.com/vc/book/>> Acesso em: 23 de março de 2010.

RONCIÈRE, Charles. “A vida privada dos notáveis toscanos no limiar do Renascimento ao Século das Luzes”. DUBY, Georges. **História da vida privada. Vol. 2. Da Europa Feudal ao Renascimento.** Tradução portuguesa com revisão científica de Arnaldo Luis Carvalho Homem. Edições Afrontamento, 1990, p. 163-310.

ROSA, Jorge Martins. **As Redes da Rede.** In: Marketeer n.º 152, de Março de 2009, pp. 46-47. 2009. Lisboa. Disponível em <<http://www.dedalusjmmr.net/artigos/comunicacoes/redes-marketeer.html>> Acesso em 15 de janeiro de 2010.

SIBILIA, Paula. **O show do eu. A intimidade como espetáculo.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SIBILIA, Paula e Martyniuk, Claudio. “Paula Sibilía: antes lo íntimo era secreto, ahora se lo hace público en Internet” in: Jornal Clarín. Domingo 21, setembro de 2008. Entrevista disponível em <<http://edant.clarin.com/suplementos/zona/2008/09/21/z-01764657.htm>> Acesso em 02 de junho de 2011.

SPYER, Juliano. “Web 2.0”. SPYER, Juliano (Org.) **Para entender a Internet. Noções, práticas e desafios da comunicação em rede.** 2009, p.28/9. Disponível em <<http://para-entender-a-internet.softonic.com.br/>> Acesso em 13 de junho de 2011.

TUCHERMAN, Ieda. “Novas subjectividades: conexões intempestivas”. MARCOS, Maria Lucília e MIRANDA, José Bragança (orgs). **A cultura das redes, Revista de Comunicação e Linguagens.** Lisboa: Relógio d’Água Editores, 2002, número extra, pg 55-72.

TURKLE, Sherry. **A vida no ecrã. A identidade na era da Internet.** Lisboa: Relógio D’água, 1997.

VINCENT, Gérard. “Uma história do segredo?”. ARIÈS, Philippe; DUBY, Georges (direcção). **História da vida privada. Vol. 5. Da primeira Guerra Mundial aos**

nossos dias. Tradução portuguesa com revisão científica de Arnaldo Luis Carvalho Homem. Porto: Edições Afrontamento, 1990, 115-156.

WELLMAN, Barry with CHEN, Wenhong e WEIZHEN, Dong. **Networking Guanxi.** Cambridge University Press, março 2001. Páginas 1-27. Disponível em <<http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/index.html/>>. Acesso em 25 de outubro de 2010.

WELLMAN, Barry e HOGAN, Bernie. **The Internet in Everyday Life. Berkshire Encyclopedia of Human-Computer Interaction,** 2004. Páginas 389-397. Disponível em <http://homes.chass.utoronto.ca/~wellman/publications/inet_everyday/inet_everyday.pdf>. Acesso em 15 de novembro de 2010.

APÊNDICE A

Questionário

O Facebook e a visibilidade contemporânea

*Este questionário é voltado somente para brasileiros, com grau superior completo, profissionalmente ativos e usuários do Facebook.

*Objetivo da pesquisa: compreender como se dá a visibilidade no Facebook.

*Anonimato garantido.

*Obrigatório

1. Gênero *

- ☐ feminino
- ☐ masculino

2. Idade *

- ☐ menos de 20
- ☐ 21 a 35 anos
- ☐ mais de 35 anos

3. Sua formação acadêmica (graduação, especialização, mestrado, doutorado ou pós-doc.) é na área de *

concluída

- ☐ comunicação social
- ☐ demais áreas
- ☐ ambas

4. Atividade profissional: *

- ☐ comunicação social
- ☐ demais áreas

5. Você publica no seu perfil do Facebook... *

onde saber isso: clicar em CONTA e depois CONFIGURAÇÕES DE PRIVACIDADE

	não	sim, para todos usuários	sim, para "amigos de amigos"	sim, para "amigos"	sim, para pessoas específicas (modo "personalizado")
minha data de nascimento	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
meu status de relacionamento?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
onde estudo / estudei?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
onde trabalho / trabalhei?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
religião	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
preferência política	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
telefone	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
endereço residencial	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
músicas e/ou livros e/ou filmes e/ou programa de TV preferidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
comentários, conversas no seu "mural"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
comentários nas suas fotografias	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. O teor dos seus comentários é *

(pode marcar mais de uma opção)

- ☐ não uso o Facebook para isto ou só me comunico por mensagens privadas
- ☐ pessoal
- ☐ profissional
- ☐ sobre pessoas públicas, notícias e outras questões impessoais

7. A foto do seu perfil.. *

identifica claramente quem eu sou (mostra rosto etc.)

identifica claramente quem eu sou (mostra rosto etc.)

não identifica muito bem (ex.: foto de um detalhe do corpo, tirada ao longe, com pouca / muita iluminação, de quando eu era criança, caricatura etc.)

não se refere à minha pessoa (ex.: paisagem, celebridade, ilustração que não me representa etc.)

eu não possuo imagem de perfil

8. Você publica fotografias? *

no mural, em álbum de fotografia etc.

não

não

sim, toda semana

sim, todo mês

sim, mas com pouca frequência

9. A sua página no Facebook possui fotos de grandes momentos da sua vida (seu casamento, formatura, nascimento do(a) filho(a), aniversário, lua-de-mel, viagens etc.) ? *
no mural, em álbum de fotografia etc.

não
não
sim

10. A sua página do Facebook possui fotos do seu dia-a-dia em que você está.. *
(pode marcar mais de uma opção)

- ☐ eu não publico fotos deste gênero
- ☐ não, eu não apareço. só publico paisagens, objetos, outras pessoas etc.
- ☐ comendo
- ☐ cozinhando
- ☐ beijando na boca
- ☐ chorando de alegria ou tristeza
- ☐ no trabalho
- ☐ em casa
- ☐ dormindo ou acordando
- ☐ consumindo bebidas alcoólicas
- ☐ Outro:

11. Se já publicou fotos do seu dia-a-dia: quem estava nelas? *
(pode marcar mais de uma opção)

- ☐ como citado no item anterior, não publico fotos do gênero ou não apareço nas fotos que publico
- ☐ somente eu
- ☐ eu e meu namorado(a); marido/esposa
- ☐ eu e meu filho(a)
- ☐ eu e meu pai e/ou minha mãe
- ☐ eu e demais membros da minha família (avós, tios, primos etc.)
- ☐ eu e meus amigos de estágio/trabalho
- ☐ eu e meus amigos de sala (colégio/graduação/pós/curso de idiomas etc.)
- ☐ eu e meus demais amigos (de bairro, baladas etc.)

12. Já publicou algum vídeo que você produziu ou apareceu nele? *

sim	▼
sim	
não	

13. Você já chegou a publicar *

no mural, em álbum de fotografia etc.

	não	com frequência - pelo menos uma vez por semana)	eventualmente - pelo menos uma vez por mês	raramente - poucas vezes ao ano
o que está sentindo?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
o que fez no seu dia?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
seus planos para o futuro?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
informações corriqueiras como, por ex.: "vou tomar banho", "vou dormir", "vou estudar", "comi determinado prato de comida" etc.?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. Você acha que os seus amigos expõem suas vidas no Facebook? *

- ☐ sim
- ☐ não

15. Comente a resposta anterior. *

16. Você acha que você expõe sua vida no Facebook? *

☐ sim

☐ não

17. Comente a resposta anterior. *

Enviar

Reprodução / Talita Guimarães

APÊNDICE B

Figuras citadas no capítulo III

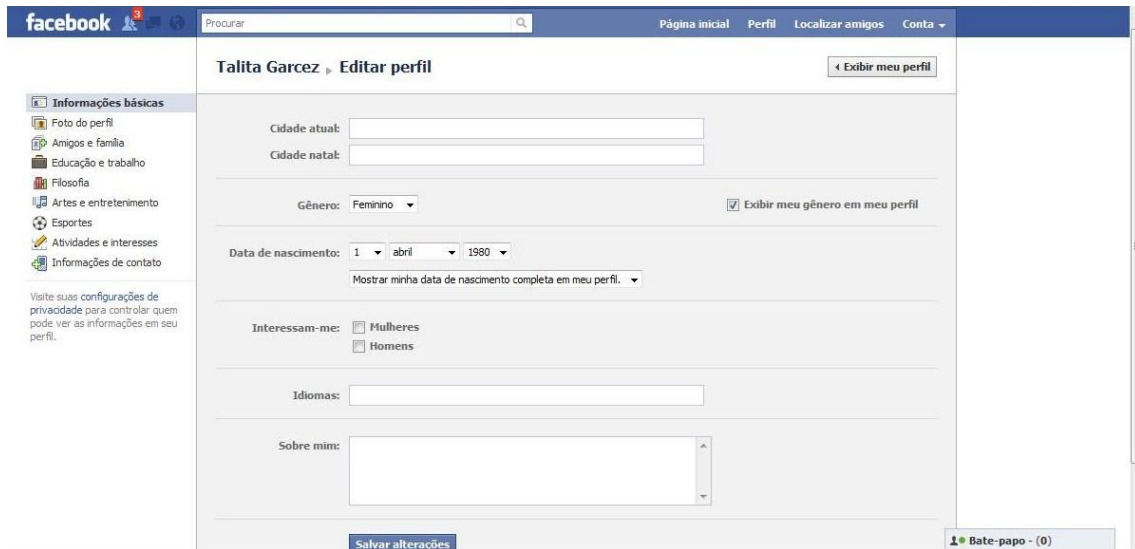


Figura 2: reprodução / Talita Guimarães



Figura 3: reprodução / Talita Guimarães

APÊNDICE C

Respostas discursivas do questionário¹

15. Comente a resposta anterior. (14. Você acha que os seus amigos expõem suas vidas no Facebook?)

► Estar no Facebook por si só já é uma maneira de se expor

*(9) Expomos o tempo inteiro, alguns em maior ou menor nível. *(24) sempre existe algum tipo de exposição, mas isso pode ser interessante tbm. *(39) a maioria expõe o que sente/pensa, mas nas entrelinhas de algum comentário *(62)Se é utilizado como rede social, por definição deve expor algo de cada um. *(77) Claro que todo mundo que possui facebook está com sua vida exposta. É muito fácil saber quase tudo sobre alguém! *(87)O facebook, orkut e outros sites de relacionamento já são, por si só, sites de exposição! *(89)De forma geral, por mais que sejamos cuidadosos com as informações que expomos, estamos expondo nossas vidas só pelo fato de ter uma página de facebook. No meu facebook, sou tímida com minhas idéias, opiniões, mas de qualquer forma há um acúmulo de informações que quem for "meu amigo" tem acesso... *(94)A exposição é inevitável. *(138)Não há como fazer parte de uma rede social e não expor algo de sua vida. Alguns expõem muito mais do que outros. *(150)Acho que só em estar no facebook já é uma certa exposição, a não ser que você customize bastante para aumentar a privacidade, o que pelo que sei, não é o caso de muita gente. *(151)Na verdade esse é mesmo uma canal de exposição, alguns se expõem mais e outros menos. *(155)é o principio basico do facebook. é um grande Big Brother... *(171)Estar em uma rede social, para mim, já é se expor.

► Sim, os amigos expõem suas vidas e/ou alguns até exageram nesta exposição

*(2) Algumas pessoas utilizam o FB como diário público, inclusive com fotos que, se vistas no trabalho, podem comprometer sua profissão *(3) postagens desnecessárias *(4) Alguns, penso que muitos mostram fotos e colocam posts em que abrem a vida para todos, sem privacidade expondo inclusive a segurança. *(5) Determinados amigos

¹ O número entre parênteses que aparece à frente de cada frase dos pesquisados refere-se à ordem das respostas dos pesquisados, isto é, o (1) significa que aquele foi o primeiro a responder e assim sucessivamente.

comentam o que estão fazendo a todo momento e fazem "check-in" em qualquer lugar que chegam. ***(6)** Ficou fácil saber o que outras pessoas estão fazendo, pensando, sentindo. Mesmo aquelas que não somos muito próximas. ***(8)** Sim, alguns usam foursquare umas 10 vezes ao dia. Alguns contam quando está pegando um avião, quando estão indo almoçar, quando estão amamentando.....!!!!!! Outros contam quando estão iniciando o trabalho, continuando um trabalho, terminando um trabalho, acho que eles nem trabalham. Pelas pessoas que expõem excessivamente suas vidas pessoais, percebo que fazem por uma necessidade de auto-afirmação, felicidade, necessidade de "fama" e reconhecimento. Lembra um pouco um antigo dito? falem mal, contanto que falem de mim. ***(10)** Dizendo onde vai. O que está fazendo, onde está. Liberando fotos para todos verem. ***(13)** Alguns sim, colocam qualquer tipo de foto, postam qualquer tipo de comentário, na maioria das vezes sem muito critério, replicando textos, fotos e comentários genéricos e senso comum. ***(14)** Muitos oferecem detalhes de suas vidas. ***(16)** Algumas pessoas divulgam dados sobre lugares onde estão ou desabafos sobre relacionamentos que expõem as suas vidas. ***(19)** Eles colocam frequentemente como se sentem, onde estão, o que fazem. Muitas vezes conversam assuntos particulares em áreas de visualização pública. ***(23)** Falam muita da intimidade ***(25)** Alguns dos meus amigos postam suas emoções e sua rotina, eu particularmente não concordo com essa atitude, pois se trata de informações pessoais. ***(30)** Pois algumas pessoas colocam sua vida toda, onde estão, o que estão fazendo ou fizeram, com quem estava, acho que isso é expor demais sua vida. Pois muita gente vai vendo, vendo e sabe de sua vida pessoas que nem te conhece. ***(31)** transmitem sentimentos ou informações desnecessárias de se expor ***(35)** Pelas fotos... ***(36)** Alguns expõe demais, vc sabe onde a pessoa está, com quem, o que estão fazendo. Se eu quisesse saber tanto eu ligava. ***(38)** Tem muita gente q posta a partir do momento em q acordou até o momento de adormecer falando, em detalhes, sobre tudo ao seu redor. ***(40)** Eles escrevem muito a rotina do dia - a - dia ***(43)** Alguns fazem questão de personalizar demais a vida virtual, achando que o que está no fb, morre no fb. ***(43)** Meus amigos dão detalhes de todos os passos que fazem no Facebook. Acho muita exposição. ***(45)** Acredito que as pessoas estão vivendo a vida online acima da vida offline, numa necessidade de estampar demasiadamente sua existência, por mais banal que sejam os seus atos ***(46)** Muitas pessoas dão muitos detalhes da vida como onde estudam, onde trabalham e onde vão estar daqui 10 minutos. ***(47)** Existem maneiras e maneiras de se colocar as coisas e as palavras podem ser usadas de modo a não revelar demais o que se está fazendo ou sentindo. Tem gente

que diz tudo, briga, fala mal de algum desafeto. Não é o local certo. ***(48)** Sim. Tem gente que usa o Facebook como terapia e fica contando as coisas que acontecem no seu dia a dia, uma espécie de carência, acredito. ***(50)** Excesso de informação, por vezes desnecessária, normalmente expondo sentimentos e/ ou pensamentos que são válidos naquele momento para a pessoa e não necessariamente passíveis de compartilhamento com o mundo. ***(51)** As pessoas se mostram muito no Facebook. ***(52)** Em alguns casos passam um pouco dos limites, principalmente quando exteriorizam problemas de caráter pessoal ou de trabalho. ***(60)** Falam muito de suas rotinas. ***(64)** Principalmente, através de fotos. ***(65)** Tem gente que informa tudo, até quando vai ao banheiro, se brigou com namorado e etc e tal. ***(66)** Muitas coisas são publicadas desnecessariamente. Acredito que as pessoas se expõem muito nas redes sociais. ***(68)** Acho que tem gente que tem essa necessidade de atenção e acaba tentando chamar atenção dando todos os detalhes de sua vida. Acho desnecessário... ***(71)** De maneira exagerada... ***(72)** Muitas pessoas comentam fatos do seu dia-a-dia ***(76)** Acredito que algumas pessoas comentam suas vidas mais do que o necessário. ***(79)** Alguns colocam passo a passo do seu dia a dia. Tudo o que se está fazendo. ***(80)** Existem pessoas que deixam todas as informações expostas e pessoas que não o conhecem podem facilmente chegar nela. ***(83)** Identifico no uso do facebook de alguns amigos um excesso de desprendimento da privacidade. Frases, comentários, fotos e situações expostas ali que não vejo como adequado. ***(84)** Muito ***(88)** já vi até amigo colocando varal de calcinhas no facebook. acompanhado de "#lingerie day". tem coisa mais indiscreta nessa vida? ***(91)** Algumas pessoas publicam tópicos sobre seu dia a dia como se estivessem num "reality show virtual", esperando que alguém "curta" e/ou comente o que foi publicado. O fato de outros usuários interagirem com o que foi exposto parece que é gratificante para o autor da mensagem, impulsionando-o a continuar com o "jogo". A acessibilidade das redes sociais por meios remotos (telefone celular, ipads..etc), no meu ponto de vista, também contribui significativamente para aumentar a exposição dos usuários. ***(92)** Algumas pessoas vivem para o facebook, acredito que torna-se um prisioneiro do computador. ***(97)** Você vê com frequência usuários de facebook publicando suas preferências, como foi seu final de semana, para onde vão, o que estão fazendo ou sentindo. Tudo muito claramente. ***(98)** Acho que não há mal em publicar informações ou postar fotos de suas vidas, mas acho que as vezes as pessoas acabam exagerando na dose e se expondo demais. ***(101)** publicam coisas pessoais ***(103)** Colocam muitas informações pessoais desnecessárias e fotos de momentos de intimidade. ***(105)** Coloca os filhos e expoe a

família. O que conquistou... ***(106)** falam de coisas pessoais demais ***(107)** Alguns publicam coisas que acredito não serem de interesse de outros se não da própria pessoa. ***(108)** como um diário, há gente que acorda e publica "bom dia", passa o dia todo enviando mensagens automáticas dos lugares por onde passa e, ao ir dormir, ainda se despede do fb... lamentável. ***(109)** Falam sobre o que estão fazendo, como estão se sentindo, publicam fotos dos lugares que frequentam, etc. ***(110)** Atualmente, com a facilidade de circulação das informações as pessoas expõem suas vidas de alguma forma. Alguns precisam disso, gostam, curtem. ***(112)** alguns falam detalhes demais. ***(113)** acho que falam de viagens que vão fazer ,ou o que estão fazendo, onde estão no momento. ***(121)** Além do necessário. ***(123)** As pessoas expõem dramas pessoais no Face, como por exemplo: perdas de amigos e familiares, alguns dramas pessoais e até relacionamentos amorosos. ***(125)** Às vezes não são publicações em murais e sim fotografias. O que penso é que quase sempre, uma imagem fala mais da sua vida pessoal do que qualquer frase postada. ***(126)** Acho que alguns exageram ao postar a rotina de um dia inteiro no facebook, ou planos para o final de semana. ***(129)** A maioria dos meus amigos expoe toda sua vida no facebook. Acho exagero. Não concordo! Muitos deles tem internet no celular e fica toda hora postando tudo que está fazendo: "esperando a pizza chegar", "no cinema assistindo...", etc. Acho demais! ***(131)** acho que sim, eles sempre postam publicações que falam de si, do que estão sentindo. ***(132)** Algumas vezes, certos amigos publicam informações de perfil, comentários ou fotos que, na minha opinião, dão um passe de livre acesso "desnecessário" às suas vidas íntimas. Por outro lado, me pergunto: a quem cabe decidir o que deve ser considerado público ou privado na vida do outro, se não a ele próprio? ***(136)** Sem dúvida, outro dia fiquei sabendo que um amigo noivou via Facebook. fora as informações as pessoas adoram colocar fotos do que gostam de fazer, comentários do que estão fazendo, fora isso existe a interatividade com outras redes como Foursquare onde todos seus amigos acabam sabendo em que local você está. Acredito que para quem não gosta de ter sua vida exposta redes sociais não é uma boa pedida. ***(140)** Muitas pessoas tem seu perfil completamente aberto, mostrando muitas fotos do seu dia-a-dia. informando locais de trabalho. ***(141)** Você acaba sabendo o que está acontecendo na vida dos seus amigos através de fotos, comentários. ***(142)** Sim. Eles colocam fotos, vídeos, poemas... sempre algo relacionado a si. ***(146)** Sim, pois colocam fotos, incluindo família, amigos, relatam o que fazem no dia-a-dia, o que sentem, onde estão, se estão viajando... ***(147)** Acho que as pessoas que têm conta realmente ativa na rede social se expõe bastante.

*(149) Algumas pessoas cometem excessos, não só em mostrar muito a vida, mas como falar demais de si. Acho isso meio chato. Parece que o Facebook virou ferramenta para dar "indiretas" nas pessoas. *(153) O tempo todo.... *(160) Sim mas esta diminuindo *(163) Vejo muita gente publicando coisas muito pessoais e desnecessárias das pessoas lerem.. Muita gente carente sente necessidade de publicar coisas pessoais no facebook. Muita gente utiliza o facebook como meio de exposição forçada, para se fazer presente. As pessoas que publicam no facebook não ligam para o que os demais vão achar, por mais besteira que se publique. *(164) Expõe bastante, na medida que a grande maioria dá detalhes de suas vidas ou das dos filhos. *(165) Acho que há um certo exagero. *(166) Muitos compartilham diariamente acontecimentos da vida pessoal, assim como utilizam software de localização para mostrar a todo tempo onde encontram-se. *(168) A maioria se tornou dependente da rede social, passando a acessar constantemente durante todo o dia ou ficando logado direto (24h). Sempre que acessam, postam o que estão fazendo, com quem, o local (exato) de onde estão, o estado de espírito atual, com quem se relacionam, expondo (eu não diria toda) mas quase toda sua vida, e em muitos casos, paralelamente a vida de outros. *(173) Acho que muitas pessoas praticamente descrevem suas rotinas, familiares, gostos, preferências e opiniões extremamente pessoais em seus facebook. *(174) -As pessoas informam demais onde estão e o que estão fazendo. -O facebook fez com que as pessoas achem que são formadoras de opinião fazendo muitas vezes comentários sobre assuntos que não conhecem cometendo várias gafes. - Do mesmo modo do ORKUT as pessoas que migraram para o FACEBOOK não nos poupam de fotos desnecessárias. Falta de bom senso. *(175) Muitos amigos, expõem demais sua vida, o que fazem, o que estão fazendo, o que vão fazer, coisas sem necessidade de serem publicadas. *(176) Meus amigos colocam informações demais, é como uma necessidade de dar satisfação ou de se autoafirmar, eu prefiro conversar pessoalmente, me encontrar com meus amigos, uso o facebook mais para desejar feliz aniversário quando a pessoa está distante e respondo as mensagens. *(177) Informação demais e desnecessária. *(178) Tem gente que exagera em postar informações inúteis. *(179) Eles comentem tudo, ou seja, cada detalhe de vida, onde estão, que estão comendo, que música gostam, que filmes assistem, que fez o cachorro deles, onde viajam, etc. *(180) Tem gente que não pode dar um passo que coloca no Facebook. *(181) Expõem a eles próprias postando sentimentos muito pessoais ou direcionados a alguém, onde e com quem estão, fotos demais, graus de parentesco... muitas informações pessoais. *(183) Informações desnecessárias como "fofocas",

endereços, telefones, etc. ***(184)**Muitas fotos e informações bem pessoais. ***(187)** as pessoas costumam usar o facebook ainda como espécie de diário, para dizer coisas que estão fazendo no momento, ou que querem fazer, com quem estiveram, onde estiveram, detalhes sobre religião por exemplo. na minha opinião, isso não é legal, pq nem todo mundo tá interessado em saber. ***(192)**Sim. Dá para saber onde estão, o que estão fazendo.... Alguns até postam cada atividade que fazem durante o dia. ***(194)**tem gente que detalha demais a sua vida e expõe coisas desnecessárias e desinteressantes sobre elas. ***(195)**Geralmente colocam fotos do dia a dia e expõem o que fazem e o que pensam periodicamente. ***(199)**Fico surpreendida como alguns dos amigos divulgam a sua vida através do Facebook. Teve uma que disse até que achava que o namorado estava cagando rs Não é do meu feitio divulgar minha privacidade. ***(200)**muitos colocam, através de fotos ou texto, detalhes do seu dia-a-dia.

► **A pessoa não se dá conta do modo como se expõe**

***(116)**virou algo normal ***(139)**Muitas vezes as pessoas não tem a noção do que se escreve.

► **Cada um decide sobre sua vida**

***(27)** Cada um sabe de si, todos tem o direioto de fazer o que quiser em seu facebook. Liberdade de expressão. ***(53)** Cada um faz o uso que deseja da sua imagem. O particular pode ser público. E vice-versa.

► **Dá uma opinião ou faz uma espécie de conceituação ou teorização sobre o tema**

***(11)** Outro dia uma amiga escreveu que o facebook é seu "lovebook". Como ela, muitos usam-no como uma ferramenta para amar os que estão perto ou longe; e para tantas outras coisas, né? Pra construir uma identidade pública, principalmente. Aquele proverbio "diga-me com quem andas que te direi quem és" nunca foi tão apropriado. ***(12)** acho que as pesoas "comuns" encontram no facebook e demais midias sociais e o meio para alcançarem seus 15 segundos de fama, de se tornarem um pouco famosos... e sofrem na tentativa de eternizar essa sensação. ***(32)** Entendo por exposição, a divulgação (às vezes até desnecessária) de informações corriqueiras, mas não algo que

venha a ter uma ideia negativa! ***(33)** Gosto de pensar que os ditos sites de relacionamentos produzem "selfs virtuais". A exposição da vida pessoal, o "aparecer", parece ser uma regra nesses "tempos pós-modernos". As tecnologias da comunicação hoje proporcionam um sentimento de quebra do isolamento pessoal que a modernidade urbano-industrial instaurou. Contudo, é importante ressaltar, o que se mostra são fragmentos, por vezes, de momentos felizes ou de exaltação da beleza do corpo, coisas afins; mas, nunca, ou quase nunca, essa exposição insere momentos de infelicidade ou de depreciação. Então, é uma exposição sim, mas só do que "importa". ***(34)** Pra mim, expor-se não é comentar o que já passou. É comentar o que virar ou o que está acontecendo agora. Muitos deles colocam "estou agora no Picanha do Cowboy com meu iPad" ou "vou com minha esposa para o shpping tal". Isso é se expor. Falar aonde fui e o que fiz é compartilhar, tendo o cuidado de não expor hábitos. ***(41)** A vida pessoal deve ser preservada. ***(49)** Acredito que as pessoas tem uma necessidade natural de receberem atenção. Querem estar no centro. De certa forma isto é saudável, a questão é que muitos usam meios errados ou arriscados para fazerem isso. ***(58)** Sim, porque o facebook parece funcionar como uma "praça virtual", local de encontros (com a diferença de ser mediado por uma nova tecnologia). ***(59)** Ganha-se aura de artista no facebook. Então, tudo que se expõe é para ser visto. ***(78)** é...o facebook frita a cabeça do individuo...rola um vicio esranho... ***(86)**Há pessoas que não têm consciência da dimensão, alcance e permanência dos dados publicados na internet. Talvez os cuidados a serem tomados devem ser maiores que na vida offline. A velha história de que "o povo tem memória curta" não é mais correta. A memória das pessoas é digital. ***(93)**acho que as pessoas ficam mais a vontade para expor suas raivas e frustrações com relação a pessoas e chegam a brigar, xingar ou caluniar outras. tb penso que as pessoas expõem sua rotina, suas preferências e preconceitos. acho que esse tipo de atitude pode acabar desrespeitando alguém ou deixando a própria pessoa em situação complicada. ***(95)**considero que se expõe. às vezes, é engraçado, divertido, principalmente para os amigos que moram longe. no entanto, essa ideia de sociabilidade é ilusória, passa um pouco de carência afetiva ou autoafirmação, pois publicam muito sobre suas vidas e acabam não lembrando que a vida real é mais que isso, ou seja, conheço muito dos meus amigos atualmente mais pelo facebook que em encontros ao vivo. ***(127)**Acredito que as pessoas não têm noção de que estão se expondo porque estão na ambiência virtual. O que acontece, no entanto, é exatamente o contrário. E quando têm noção de que se expõem não mensuram, de imediato, os riscos que as informações partilhadas

acarretam. ***(128)**vida corrida. nem sempre as pessoas tem tempo de se verem ao vivo. precisam compartilhar as coisas, ***(134)**Bando de desocupados. ***(154)**Pensamentos genéricos e ideologias devem ser preservadas nesse meio de comunicação, pois o entendimento de demais usuários pode ser erroneo. ***(143)**Acho que algumas pessoas tem uma necessidade perigosa de aparecer ***(158)**a ideia é não só expor como compartilhar e ter um retorno. ***(159)** Acredito que as redes sociais são novas formas de "estar na calçada" umas conseguem lidar melhor com isso, tentando manter um pouco de privacidade, mas no geral existe uma necessidade de exposição, como se fosse dar satisfação. Por outro lado não tem como negar a sensação de proximidade que este tipo de rede social estabelece, seja ela irreal ou não. ***(161)**O facebook deve ser utilizado como uma ferramenta de comunicação e não de exposição da vida pessoal ***(167)**Essa é a intenção do Facebook. A meu ver, as pessoas entram nele para expor suas vidas (quem sabe um modo de levantar a estima, já que a maioria mostra, em grande parte, suas qualidades) e para saber sobre a vida dos outros. ***(169)**Muitas fotos do dia-a-dia, onde se encontram, onde frequentam, o que gostam de fazer, etc. ***(170)**Acho que tem certas coisas que não devemos comentar no face ***(188)** Já brinquei de fazer tipologia de pessoas no Facebook: - aqueles que "glamourizam" a sua vida publicando informações tipo "Saindo de JFK para Miami" ou publicam fotos tomando drinks no jatinho, em baladas legais... - aqueles que publicam citações de auto ajuda (paulo coelho/ dalai lama) ou religiosas - aqueles que fazem questão de contar cada detalhe (nada interessante) " to no trânsito, acordei de mau humor" - aquele que banca o descolado postando filminhos alternativos - O (pseudo) intelectual que posta Dostoievski etc etc!!! ***(197)** A maioria das pessoas sentem necessidade de compartilhar impressões do dia-a-dia, no sentido de manter "atualizado" aquele amigo que não se vê com frequência, ou até mesmo para manter um "status" desejado. Não vejo como algo inteiramente negativo, quando é feito de forma personalizada, ou seja, selecionando os itens de privacidade. ***(198)** Os dados pessoais podem usados contra quem os expõem

► Não vejo problema na exposição dos meus “amigos”

***(21)** Vejo mais comentários abstratos, que não se referem diretamente a um momento ou situação específica. ***(26)** Percebo mais publicações de: atividades triviais do dia-a-

dia (ex: vou dormir agora), alguma coisa engraçada (ex: quem matou a Norma?) ou comentário sobre alguma notícia. *(75) não com muita frequência *(111) basicamente se publica informações sobre coisas boas, eventos, shows, encontros, vitórias, viagens, trabalhos e piadas. Muitas piadas além de divulgação de notícias interessantes ou engraçadas. Não vejo muitas publicações sobre a vida realmente pessoal de ninguém - início ou término de relacionamento, de contrato de trabalho, etc. *(114) Os comentários dos meus amigos versam sobre assuntos gerais (algum programa televisivo, um movimento iniciado pela internet). Comentários pessoais normalmente são feitos em relação ao ambiente de estudo, mas isso não me parece uma forma de expor a vida. *(117) A maioria deles não. Procuram revelar apenas as informações essenciais. *(118) Os meus amigos acredito que não, mas muita gente faz isto *(120) Tirando raras exceções, não acho que meus amigos se expõem demais e publicam informações muito pessoais ou confidenciais. *(137) Não é exposição no sentido real da palavra, porque vc não conta detalhes pessoais. São comentários que qq um que vc encontra na rua poderia perceber. Tipo...ai, to com sono! E não: Briguei com meu marido, dormi no quarto das crianças e por isso estou com sono. É um desabafo "comedido"! *(156) Em geral são comentários impessoais *(185) Não sinto grandes níveis de exposição pessoal no Facebook entre a maioria de meus amigos de convívio real. Outras pessoas em minha rede de amigos possuem comportamento exposto, mas não convivo muito com eles fora da rede. *(196) Poucos expõem informações super confidenciais. Acho que existe um alerta que vem sendo enfatizado ultimamente. Mas a grande maioria expõe coisas mínimas.

► Não vejo problema na exposição dos meus “amigos”

*(7) Mas não vejo problema. Vejo problema em que enche o saco no Facebook com mensagens edificantes, coisa que (só elas) acham bonitinhas e outras malices. *(119) Ctz e até acho legal. *(148) de maneira saudável. como forma de compartilhar momentos "virtuais" *(152) Facebook é o Show de Truman. A tendência parece ser que as pessoas sintam cada vez mais a necessidade de ter um "backup" de suas vidas no Facebook. Ou um backup do que elas gostariam que suas vidas fossem. Mas isso não é uma crítica, acho legal... Mas meio assustador... :s

► Comenta sobre ele mesmo

*(15) Cada vez que voce escreve algo, posta, publica uma foto ou qualquer outra coisa está expondo sua vida, não de forma integral mas algum fragmento dela. Se não o faço com mais frequencia não é por falta de interesse mas parcialmente por falta de tempo e em parte por incompetencia face à ferramenta. *(18) Compartilhar algumas fotos mais íntimas não é se expor. Ruim é quando te etiquetam em uma foto que não queria que fosse publica. *(28) Facebook para mim é uma ferramenta para troca de informações pontuais. Acho desnecessária a roteirização da vida. *(29) Não classificaria como expor e sim compartilhar. Acredito que as pessoas, que, como eu, costumam compartilhar seu dia-a-dia nas redes sociais não encaram tal ação como exposição. E sim como forma de interagir e sociabilizar com amigos e com quem mais o seguir sobre suas formas de pensar, agir. Suas descobertas gastronômicas ou preocupações político/religiosas. A alegria do nascimento do seu primeiro afilhado ou tristeza pela derrota do seu time. *(37) Tem muita foto, as vezes com pouca roupa... tem fotos de namorados, de infância. acho que as pessoas não tem muito critério na hora de colocar fotografia. Eu pelo menos, coloco pouquíssimas fotos, só memos pra mostrar alguma pessoa, mas tomo cuidado quando ponho fotos das minhas filhas, por causa dos pedófilos de plantão! *(56) Eu também acabo expondo... É impressionante essa alienação que estas ferramentas virtuais provocam. Sua "aparente" impessoalização gera paradoxalmente uma cumplicidade. É como se estivéssemos escrevendo para o nosso diário ou amigos íntimos, mas estamos mostrando para todo mundo. Talvez porque, no final das contas, nem todo mundo vai ler. Quem vai se interessar ou ter tempo para ler sobre o seu facebook, se nem de todos os amig@s mesmo consegue acompanhar. Mas os riscos a que nos expomos são enormes. Pois esta informação não está sob o nosso controle, a partir do momento que a expomos. *(57) Mesmo que sem perceber, expomos até demais. Notei isso agora. *(63) acho inclusive que a pouca descrição do meu cotidiano, sentimentos e relações já é o suficiente para caracterizar como uma exposição excessiva. Os meus amigos de facebook, em geral, são pessoas que vivem a imagem construída no mundo virtual com mais vigor do que o cotidiano material... como se o vivido em matéria só tivesse sentido se (quando registrado) para o virtual... uma uma compreensão de mundo que vai além das fronteiras... interfere na compreensão do eu social e da própria aceitação do sujeito. *(81) Acho que estou vivendo uma fase de "cansaço" das redes sociais. Acho que o teor das informações compartilhadas cada vez me interessam menos, pela grande variedade de temas (pessoas, políticos, profissionais) em grande volume. Tenho tido pouca paciência para o Facebook e Twitter. Acho que os

usuários que as utilizam desde o início estão vivendo um momento de saturação dessas redes. ***(82)** Alguns até coloca certas particularidades do tipo fiz isto ou vou fazer aquilo, mas não compartilho e nem comento este tipo de informação. ***(99)** Se batem uma foto minha em alguma festa, meu amigo coloca a foto no album dele e depois me marca, acaba me expondo. ***(102)** Não curto ficar recebendo mensagens de amigos dizendo que estão indo trabalhar, tomar banho, desabafos. Tem gente que usa o facebook pra ficar mandando piadinhas pra inimigos, ex-namorados. Não curto mesmo. ***(104)** não acho interessante falar da vida pessoal em redes sociais. ***(122)** Tenho FB por interesse de manter relações com amigos e pessoas queridas. Claro, fuxicar a vida dos outros e pesquisar coisas. Acredito que tenham muitas pessoas usam o FB de terapia, mas eu não compartilho dessa tendência. ***(135)** Fotos que nem vejo antes, só quando são publicadas. Por exemplo: Uma foto com minha mulher quando estamos discutindo ou beijando. ***(144)** Não aguento mais tanta "evasão" de privacidade. ***(145)** Não gosto de fazer exposição. ***(157)** Alguns amigos publicam muitas coisas pessoais e isso me desagrada e dependendo do nível de informações pessoais até me desagrada. ***(189)** Uso mais para "ver" os outros, mais voyeur mesmo, com um espírito de curiosidade. Além de ser o melhor meio para "achar" amigos antigos. Esse para mim é o grande benefício do FB. ***(191)** Comentando a 13 antes: Os meus comentários há uns 2 anos tem se restringido a música, política e dividir infos... Tudo isso é pessoal pq mostrar uma visão minha, mas não fico me lamuriando, contado que fui no restaurante xpto ou coisa do gênero. Não divulgo a minha vida, só algumas opiniões... Mas acho que tem coisa muito pessoal no facebook, muita gente tentando ter (ou tendo) ibope no facebook e eu acho que eu tenho um pouco de preguiça disso... Mas não são todos os meus amigos (de fato) que expõe suas vidas, a maior parte dessas pessoas que ficam publicando coisas intimas não fazem parte do meu círculo de amigos próximos. São pessoas que eu mal conheço, mas que acabam me convidando pra ser amiga e eu aceito.

► Alguns se expõem, já outros não

***(17)** Alguns se expõem demais, outros de jeito nenhum. Acho que depende também do momento na vida da pessoa. Os mais bem resolvidos se expõem e se mostram de forma mais cautelosa. Os não tão bem resolvidos assim, ou mais carentes, principalmente de atenção, se expõem mais. Opinião estritamente pessoal. ***(20)** Alguns amigos apenas ***(22)** Acredito que existe, por parte de alguns, uma exposição exagerada. ***(54)** Alguns

deles detalham mais as atividades do dia, incluem fotos, fatos corriqueiros, sentimentos, expectativas; mas a grande maioria publica sobre política, assuntos sociais e profissionais. ***(61)** Os mais jovens se expõem mais. ***(67)** É impossível não ser expor... e cada um acha a sua medida... vejo que alguns amigos se expõem mais e outros menos. Prefiro os que se expõem menos... =) ***(69)** Alguns expõem o mesmo que eu, mas tenho muitos amigos que posso acompanhar todo o dia deles somente pelo facebook, inclusive alguns deles tenho como saber exatamente onde estão e o que estão fazendo durante todo o dia! ***(70)** Alguns expõe, outros não, não há uma resposta única. ***(73)** Não são todos, mas boa parte deles divulgam questões muito pessoais que não são de interesse público. Muitos se expõem de maneira negativa, ex: falam mal do trabalho. ***(74)** Na verdade acredito que alguns se expõem e outros não, mas não ligo para a exposição dos outros, prefiro que se exponham do que se escondam e fiquem só reparando na vida dos outros. ***(85)** Alguns, sim! Já que ele falam de suas vidas em seus posts. Não acho isso um prática ruim, mas tenho certo receio pelo nível de intimidade que isso parece criar entre pessoas que você nem conhece pessoalmente. Acho que pode gerar alguns conflitos nas fronteiras das relações. ***(90)** Alguns exageram, expondo-se demais. Outros sabem negociar as condições e categorias das exposições. No entanto, considero a vida pessoa muito mais complexa do que quaisquer recortes desta expostos no facebook. ***(100)** não todos, mas alguns sim. acho meio nada a ver... mas tudo bem. ***(115)** Alguns amigos sim, excessivamente. ***(130)** Acredito que muitos se expõem em demasia, mas acredito que seja decisão pessoal de cada um. ***(133)** Alguns se expõe bastante, outros nem tanto. ***(186)** Não podemos generalizar, mas tem alguns amigos que se expõe demais na rede. ***(190)** Não todos, mas acho que grande parte é muito dependente de facebook. Por exemplo quando estamos no bar e se tira uma foto para publicar em tempo real onde estamos, ou simplesmente por usar "foursquare". ***(193)** Alguns sim, mais detalhadamente. Outros não, apenas em um ou outro caso.

► Segurança

***(55)** A privacidade é negligenciada, especialmente em lugares onde essas informações podem ser usadas por terceiros para fins impróprios. A principal ferramenta é o "check-in" (identifica o lugar onde você está). Já tive amigos fazendo "check-in" em laboratórios de análises clínicas. Acho que em países onde a violência é alta, expor esse tipo de informação é muito arriscado. ***(96)** Alguns comentam detalhes muito

particulares de suas vidas, como horários de saída e chegada em casa, onde estão (o tempo todo, em tempo real), o que comeram, etc. Acho desnecessário e perigoso. ***(182)** Acho isso perigoso e desnecessário.

► Não comentou

***(1)** Meus amigos expõem a vida deles. ***(44)** asdfg ***(124)** Sim ***(162)** Sim ***(172)** Sim

17. Comente a resposta anterior. (14. Você acha que você expõe sua vida no Facebook?)

► Estar no Facebook por si só já é uma maneira de se expor

***(10)** Quem está no facebook acaba se expondo de alguma forma. Em maior ou menor grau. ***(11)** Todos nós que temos uma conta no sistema facebook expomos, em maior ou menor medida, nossas vidas na rede. Quase não publico nada sobre minha vida pessoal - nem em textos, nem em imagens. Uso o facebook para me comunicar com pessoas conhecidas, mas, quando se trata de um assunto mais íntimo, faço isso por mensagem privada. Ainda assim, é possível saber quem eu sou. Basta ver minhas relações, o tipo de coisa que publico. E tem ainda o que os outros publicam sobre a gente. Não tem jeito: todos estamos expostos. Até aqueles que não tem contas. ***(14)** Não há como estar no facebook e não se expor. A exposição, no entanto, possui diferentes graus. ***(37)** Qulaquer informação que se coloque lá, até mesmo seu nome, é uma exposição. Por isso eu não faço parte de muitas redes sociais... além do mais, gosto dos amigos é ao vivo mesmo!!!! ***(47)** Se estou numa rede social, por mais cuidado que tome, acabo expondo algo ou alguma coisa pessoal. Só procuro ser discreta. ***(50)** Em partes sim, o simples fato de ter um perfil, interagir através dele e realizar atualizações, por mais esporádicas, constitui para mim uma exposição. ***(51)** A partir do momento em que crio um perfil eu também estou exposto. ***(59)** Não creio que haja privacidade plena. Você só não se expõe se o perfil não for usado para nada nenhum fim. ***(62)** De alguma forma, sempre estamos expostos. ***(67)** Acho que há alguma exposição, inevitável nesses tempos de mídias sociais. Mas não extrapolo. ***(69)** Acredito que a partir do momento que faço parte de uma rede social estou expondo a minha vida, não importa se é uma rede social

virtual, um grupo de amigos, uma comunidade, etc. A questão é sempre o quanto a gente expõe. Acho que até tento me reservar em alguns pontos, mas sou uma pessoa que normalmente se expõe, então, no mundo virtual acabo agindo da mesma forma que no mundo real. ***(73)** Se eu comparar com a maioria das pessoas: não me exponho muito, mas eu diria que sim, por fazer parte do Facebook, estou mais exposta do que estaria se eu não fosse utilizadora desta ferramenta. Por mais que eu evite falar mal do meu trabalho, não publique fotos em que apareço ou meus familiares e amigos, às vezes eu deixo escapar algo que me expõe já que nem todos os "amigos" de Facebook são meus amigos de verdade, muitos são apenas conhecidos. ***(94)** Todos estamos expostos. Querendo ou não. ***(96)** Só pelo simples fato de estar no facebook, acho que já me exponho, mas no geral, acho que me exponho pouco. ***(100)** ter facebook é se expor. alguns mais, outros menos. exponho o que sinto vontade de expor, por algum motivo meu. Na minha opinião não existe como não se expor em redes sociais. ***(101)** Não há como fugir de certa forma de expor sua vida em rede sociais. ***(115)** o grau de exposição não é tão alto, mas por se tratar de uma um perfil em rede social isso já implica alguma exposição. ***(132)** O simples fato de assinar uma rede social, qualquer que seja, já não é uma forma de exposição? ***(136)** Apesar de não me expor tanto assim, sei que se você faz parte de alguma rede social e interage dentro dela, você fatalmente expõe sua vida. ***(159)** Pelo fato de participar de uma rede social já estou me expondo, procuro apenas manter aspectos da minha vida pessoal afastados do facebook, assim como tento manter a discrição na minha vida real tento também na virtual. ***(164)** Mesmo colocando as mínimas informações possíveis, só o fato de eu estar nesse ambiente, inserido nesse grande grupo, já estou me expondo. ***(169)** O meu status é uma forma de exposição, mesmo com poucas informações que contém. ***(174)** Ao entrar em uma rede social onde publico imagem, comento assuntos e interajo com amigos minha vida fica exposta. E aproveito também para divulgar meu trabalho e ficar em evidencia, porém tomo cuidado com informações desnecessárias ('vou tomar banho', vou dormir, estou saindo de casa agora.....).

► **Segurança, crime etc.**

***(86)** Porém não ao ponto de me prejudicar ou prejudicar alguém. Claro que se alguém quiser juntar as informações e usar para o mal (sequestros, por exemplo) pode ser que as informações dêem pistas, mas nada demais... O mal intencionado terá um certo trabalho

com sua pesquisa. Geralmente eu digo: se um ladrão quer roubar tua casa, ele rouba, não importa quão protegida ela esteja. ***(143)** Tomo cuidado em não publicar dados que possam fazer com que pessoas saibam detalhes da minha vida que possam ser usados para golpes. ***(186)** Tenho muito cuidado com isso, vejo noticiários que mostram que sites de relacionamento como o facebook são fontes valiosas para criminosos.

► **Profissão, vitrine**

***(80)** Trabalho com arte e tenho que me expor, mas tento ficar na vida profissional.

***(127)** Se exponho é, pelo menos, uma parte dela, pois como trabalho como comunicação, partilhar informações relativas ao trabalho se torna algo fundamental.

***(198)** Em parte sim, ainda q eu evite, mas tornou-se obrigação profissional

► **Tenho controle**

***(3)** eu controlo isso ***(7)** Tenho noção e discernimento sobre o que expor. ***(20)** Exponho até aonde quero que os outros saibam da minha vida ***(72)** Difícil, somente aquilo que realmente quero ***(128)** Naum tenho problema. oq ue eu não quiser expor, não farei. ***(116)** Acho que exponho o que quero que as pessoas saibam!

► **Só acompanha**

***(27)** Somente acompanho os amigos e jogo muito no FB ***(28)** Apenas acompanho as informações dos colegas e de grupos do qual faço parte. ***(168)** Sou um mero expectador. Como dizem: 'sou um religioso não praticante'.

► **Sabe que expõe sua vida, alguns até sabem de que maneira fazem isso**

***(9)** Hoje me controlo para postar menos fotos do meu filho, mas confesso que o excesso de orgulho me faz querer compartilhar tudo dele. :) ***(13)** Às vezes sim, mas tento ao máximo evitar. Comento sobre filmes e música que vi/ouvi e gosto, opiniões sobre eles, o que acaba falando um pouco sobre mim também. ***(16)** Sim, em parte. Embora eu evite dar informações que localizem onde moro, onde estou, com quem, as informações que compartilho, caso sejam monitoradas, podem expor a minha vida.

*(19) Na verdade, me considero mediana. Não publico coisas pessoais e tem apenas 3 fotos mas você pode saber onde estudei e trabalhei, e quem é meu parente e meu marido pelo meu Facebook. *(22) Sempre antes de postar algo penso duas vezes para me certificar que não estou expondo demais a mim ou quem mais estiver envolvido no comentário, foto etc. *(35) Pelas fotos *(38) Apesar de ter o cuidado de evitar uma exposição exagerada do meu dia a dia, de alguma forma a gente acaba deixando os outros a par dos nossos passos. *(39) exponho o que penso, gosto ou planejo, mas sem maiores detalhes ou explicações. prefiro as entrelinhas *(41) Pouco mais faço. Exponho alguns familiares, momentos, sentimentos. *(42) Um pouco. vez ou outra deixo passar um comentario muito pessoal. *(49) Acredito que dá para atualizar os amigos dos meus progressos e fracassos. Possuo muitos amigos estrangeiros e eu preciso de um meio para informá-los do que acontece deste lado do oceano. *(53) Acho que há limites a descobrir sobre o que deve ser posto à sociedade e o que deve ser mantido na privacidade. O uso da ferramenta amadurecerá tais limites. *(54) Não exponho tudo. Mas na medida em que publico fotos de viagens ou encontros com amigos, se faço comentários a respeito de alguma idéia que tenho, dou opinião ou ainda mostro sentimentos, estou expondo um pouco da minha vida pros meus amigos. *(58) Acho que exponho sim alguns fragmentos da minha vida. *(64) Principalmente, atraves de fotos. *(70) Sim, certamente, mas não mais que eu outros espaços. *(76) ão consigo me conter em algumas situações e quero gritar para o mundo o que estou sentindo, assim twitter e facebook são minha válvula de escape. *(84) Moderadamente *(78) Poucas informações, mas...sim...sempre...seja atras de mim ou atraves dos outros...sempre tem informaçao minha disponivel...é muito doido né achei massa a pesquisa..depis quero saber o objetivo especifico dela. *(88) acho que na medida em que concordo ou discordo de um comentário, exponho minhas ideias. quando me relaciono com amigos na rede e não tenho nenhum controle sobre o teor de seus comentários, discretos ou indiscretos, também estou me expondo. e por aí vai. para mim, o facebook é uma grande vitrine e todos os usuários, incluindo eu, claro, somos objetos de especulação, curtição e não-curtição. *(89) Vivemos um era da imagem, e o facebook, assim como demais comunidades virtuais, expõem uma imagem que construímos de nós mesmos, mesmo não sendo totalmente fiel, é uma ficção das nossas vidas. Ao acessarem minha página, as pessoas sabem que estou casada, se estou magra ou não, onde estou morando, e ainda mais informações por meio dos recados deixados no meu mural. *(112) sim, pois por mais que muitas das minhas informações, só quem tem acesso sejam os "amigos", o

número de amigos no face, extrapolam (e muito) os da "realidade". *(121) Mais do que gostaria. *(126) Até certo ponto sim, mas seria mais num sentido de comunicar à pessoas queridas acontecimentos importantes da minha. Acredito ser um modo de otimizar o tempo, já que com apenas 01 msg postada no mural, mtos ficam sabendo. *(129) Por mais que seja muito pouco, e todas as minhas mensagens, fotos, etc só serem visíveis para os meus amigos e pessoas específicas, ainda sim acredito que exponho minha vida no facebook. E se não eu, outras pessoas (amigos/namorado) postam fotos comigo, etc. *(131) acho que acabo expondo, pois mesmo que não poste algo pessoal, posto algo que indico e que diz muito ao meu respeito. Mas eu posto coisas pessoais. *(134) Tá na chuva, se molha. *(135) Minha vida "momentanea" está lá. *(139) Um pouco! *(146) Sim, pois coloco fotos, relatam o que faço no dia-a-dia (mas às vezes), onde estou, se estou viajando... *(147) Esou bastante exposto, inclusive colocando coisas muito pessoais, como sentimentos... *(148) para compartilhar com quem esta longe *(154) Exponho fotos, pensamentos, etc ... então exponho sim minha vida no Facebook. Só que eu busco com que essa informação se propague o minimo possível. *(155) mas nao me importo *(165) Publicar informações sobre minha vida certamente expõe a minha pessoa. *(180) Acho que de certa forma quando se coloca algo pessoal, você está se expondo. *(182) Poderia expor menos. *(184) Em partes divulgo muitas coisas *(192) De certa forma sim, por exemplo fazendo chek-in em alguns lugares, expondo opiniões pessoais, colocando fotos de momentos particulares. *(195) Um pouco. Já coloquei fotos de momentos e pessoas especiais como família e amigos. De alguma forma outras pessoas conseguem tirar conclusões sobre como anda a minha vida e como está minha aparência e a aparência dos meus. *(196) Até certo ponto sim. Mas não me aprofundo a ponto publicar informações corriqueiras ou etc. *(200) nem sempre penso muito antes de postar algo. como é comum as pessoas ao meu redor fazerem isto, às vezes faço sem me dar conta.

► **Não quer se expor ou se expõe, mas com cuidado com o que publica ou para quem publica**

*(2) Não, procuro usar o Fb como uma ferramenta de contato e não de exposição. *(4) Tento interagir com amigos e conhecidos, sem dar muitos detalhes que todos já não saibam, como profissão e atividades. *(5) Meus "posts" são bastante impessoais na maioria das vezes, quase não utilizo o recurso "check-in", não aceito amigos que não o

sejam de fato, e restrinjo todas as minhas informações apenas para que amigos possam visualizar. ***(6)** Apesar de compartilhar a maioria das informações apenas para "amigos", muitas vezes elas podem chegar nas pessoas erradas e serem mal interpretadas. ***(8)** Não. Exponho alguns sentimentos, às vezes, e outras exponho um momento especial, um momento feliz que gostaria de compartilhar com meus amigos. Eu escolho os amigos que vêem minhas fotos, só amigos da vida real têm acesso. Na verdade uso o facebook de forma pessoal, pra relaxar, brincar com os amigos, divulgar pensamentos e artigos que considero relevantes ou bacanas. Não uso profissionalmente, nem pra fazer novos amigos. Acho inclusive que o usuário deve escolher uma forma de uso e seguir, ex: se alguém quer expor sua vida pessoal, ok. mas evite trazer o profissional pra sua página, ou se alguém usa pra mostrar suas habilidades profissionais, fazer contatos, captar parcerias, acredite, o seu alvo não está interessado se você comeu tapioca ou ovos no café da manhã. Enfim, um pouquinho de bom senso sempre é bom. Agora estou abrindo um pouquinho mais e adicionando pessoas que conheço muito pouco, então procuro personalizar mais as páginas ***(12)** tenho pavor em saber que as pessoas - mesmo os amigos - sabem para onde vou ou deixo de ir... com quem estou etc etc. ***(17)** Além que frequentar menos que a média, posto pouquíssimas fotos, e de eventos genéricos. Nada do dia-dia em minha casa ou rotina do trabalho. ***(18)** Falo de alguns fatos isolados da minha vida e acabo agregando pessoas em torno de coisas que me interessam e são públicas. O que eu sinto, o que estou fazendo diariamente ou meus planos futuros não são públicos, nem mesmo para "amigos" do Facebook, muitos que nem sei quem são. ***(21)** Vejo o facebook como espaço de compartilhamento de informações interessantes, como músicas, imagens, etc ***(23)** não acho q seja boa ideia ***(24)** tem que ter um certo controle, um limite. a exposição pode ser interessante em alguns sentidos, mas não pode ser exacerbada. ***(25)** Posto somente o que considero informação básica e que possibilite a socialização. ***(30)** Não coloco muitas coisas, só coloca extremamente necessário. Por ser uma via tão rápida de comunicação. ***(31)** acho que na medida do possível só exponho coisas irrelevantes ***(36)** Não tenho essa necessidade de compartilhar minha vida a esse ponto. Quero mais manter contato com pessoas que eu não tenho a chance de encontrar tanto. ***(40)** Não, pq coloco pouca informação minha. Tenho o FB só para falar com amigos ***(43)** Tenho o Facebook como ferramenta para interagir com os amigos e não para expor minha vida. ***(45)** Bloqueio o que posso e ainda me incomoda minhas atualizações aparecerem no feed de notícias dos meus amigos. Deveria ter uma opção de configuração que impedisse isso.

Isso impede que eu use o facebook com mais frequência. ***(46)** Sempre que publico coisas muito pessoais eu limito o acesso apenas para amigos muito próximos e familiares. ***(48)** Faço poucos comentários sobre minha vida pessoal ***(52)** Tento manter um certo limite, pois todo conteúdo pessoal pode ser interpretado de maneira exagerada. ***(55)** Uso o facebook apenas para manter contato com pessoas que não vejo no dia a dia. Todos os itens de privacidade são configurados para que apenas pessoas na minha lista de amigos tenham acesso. ***(60)** Tento me preservar, utilizando a ferramenta como rede social e não pessoal. ***(61)** As fotos que coloco mostram um pouco da minha vida, mas só o que eu quero que as pessoas vejam. Gosto de dividir os momentos felizes com os meus amigos e meu marido. ***(65)** Aprendi a usar a ferramenta por me expor demais no orkut. Hoje só exponho o que quero que saibam. ***(66)** Busco ser o mais discreta possível e publico apenas o que considero banal que não invade a minha individualidade e privacidade. ***(68)** Procuro não colocar fatos comprometedores ou que deem seguimento da minha vida, acho que o face deve ser algo para divertir e compartilhar coisas, atualidades, etc. ***(71)** Só o básico do básico.... ***(75)** acho muita exposição. ***(79)** Não coloco muita coisa nem checo o Facebook todos os dias, não tenho tempo nem saco!! ***(81)** Acho que exponho sim e tenho tido o cuidado cada vez maior de "fechar" publicações para grupos de amigos restritos. No último mês fiz um verdadeiro "intensivo" nos dispositivos de privacidade, fechando bastante o acesso às minhas informações. ***(82)** Não exponho nada de minha vida com riqueza de detalhes no máximo uma informação genérica. ***(85)** Já que eu evito ao máximo informar o que eu faço durante o dia, minhas reações emotivas. Acho que apresento mais minhas questões intelectuais, isso sim eu gosto de postar no facebook. ***(87)** De certo modo sim, embora eu tente evitar coisas muito pessoais, sempre há algo de exposição. ***(90)** Expor a vida é muito complexo e muito relativo em relação àquilo que eu mostro de mim no Facebook. Sempre faço uma negociação comigo mesmo e com a minha "vida" sobre o que pode e que não pode ser exposto. Por outro lado, sendo um recorte do momento - geralmente aspectos factuais e datados da vida - não considero que o que apareça seja "exposição" à luz das complexidades do termo. ***(91)** Meus posts geralmente são sobre fatos sociais correntes (notícias na mídia) e vídeos musicais, raramente sobre minha vida pessoal ou profissional ***(92)** Utilizo muito pouco essa ferramenta, uso apenas para ver alguns amigos distantes. ***(93)** evito usar frases para falar de sentimentos pessoais ou mandar mensagens indiretas, postar fotos muito íntimas, discutir relação ou expressar descontentamento com algo. por que acho que esse tipo de registro em páginas de

relacionamento podem expor desnecessariamente o dono do perfil. prefiro usar o fb como um painel para expor links interessantes ou manter contato com amigos e família que estão mais distantes. ***(97)** Costumo usar de sutilezas e não dar detalhes sobre o que eu faço, para onde vou,...Só coisas que sejam públicas ou profissionais. ***(98)** Acho que não. Acredito que tenho uma postura muito discreta em relação a minha vida pessoal. ***(99)** Não publico muitas fotos, e acho que as que tem não expõe a minha vida. Utilizo mais para manter contato com pessoas que moram distante. ***(103)** Não muito, talvez um pouco. Tento não me expor demais e avalio sempre para me certificar de isso não está acontecendo. ***(104)** o meu objetivo nas redes sociais é divulgar, criticar, interagir como forma de crescer. ***(105)** Não coloco fotos do meu marido e dos meus filhos. ***(106)** minha vida não é novela. ***(107)** Constumo publicar apenas o suficiente para manter um nível de interação com minha lista de amigos. ***(108)** apenas escrevo minhas opiniões sobre questões gerais ***(109)** Evito publicar fotos e escrever sobre mim ou sobre o que estou fazendo. ***(110)** Exponho, mas sou discreta. Pondero antes de publicar e só divulgo o que não causará incômodo. ***(111)** como disse, mostro realizações, lembranças, compartilho coisas que acho interessantes. Ninguém vai saber, através do facebook, como estou me sentindo, o que comprei, como dormi, como acordei, quem gosot, quem não suporto ou os problemas profissionais diários. Há uma exposição controlada, de tudo o que se quer que os outros saibam, de preferencia que curtam, que faça bem a quem esteja vendo. ***(114)** Não utilizo o facebook como ferramenta para publicação sobre o que eu faço no cotidiano. Vez ou outra, faço um comentário sobre algo que alguém colocou. ***(113)** acho que em parte sim estou expondo ,tento ter o máximo de privacidade penso bem no que vou colocar se vai interessar as pessoas ou não. ***(117)** Aprendi a lição, antes eu colocava tudo no face e paguei um preço alto por isso, agora, só o essencial. ***(119)** Falo algumas coisas do meu dia a dia mais nada que possa me prejudicar. ***(120)** O mesmo que penso para os meus amigos. Publico minhas opiniões, minhas crenças, meus pontos de vista, fotos com amigos, mas nada que acredito que possa me expor ou denegrir minha imagem. ***(122)** Eu só coloco coisas que me interessem que as pessoas próximas vejam ou saibam e normalmente são coisa divertidas, interessantes e/ou de conteúdo de informação pública. Outro motivo que eu uso com bastante frequência eh para fazer brincadeiras entre amigos. ***(123)** Não. Procuro não expor problemas pessoais e nem comentar algo de familiares. ***(125)** Eu quase não coloco fotos, quase não escrevo no mural, minha participação no facebook vai de manter contato com alguns amigos distantes e de

compartilhar informações que achei interessante. ***(130)** Procuro impor limites ao desejo de expor a vida pessoal no Facebook. Tento usar a ferramenta como networking profissional. Às vezes é difícil separar as duas áreas. ***(133)** Tento tornar público apenas alguns acontecimentos e o faço de forma geral, sem entrar em muitos detalhes. ***(138)** Como eu disse, não tem como não expor se estou participando, mas procuro deixar informações privadas protegidas e não colocar coisas íntimas demais nem de forma protegida (nem apenas para amigos). ***(140)** Coloco poucas fotos, não mostro endereço, locais de trabalho, telefones. tem acesso restrito a amigos. ***(142)** Não. Não vejo necessidade disso. Acho que quem tem que conhecer minha vida já convive comigo. Vejo que a exposição de si é desnecessária, pelo menos no meu caso que tenho o facebook como um entretenimento. ***(144)** Tenho reduzido cada vez mais minha participação. Meu grupo de amigos ficou tão grande que não vejo mais graça em compartilhar coisas com estranhos. Também não tenho paciência para ficar criando grupos. Está ficando chato. ***(145)** Coloco o mínimo de informação ***(150)** De certo modo sim, apesar de tentar evitar o máximo de exposição em fotos e posts fúteis. Mas tenho apenas customizei para os contatos profissionais terem acesso bem restrito. E tento usar o máximo para divulgar meu trabalho de forma natural, colocando trabalhos novos que fiz, postando fotos em palestra ou algo do tipo. ***(151)** De maneira bem moderada, acho até que por falta de tempo de postar mais coisas. Ainda assim não gosto de declarar alguns posicionamentos meus ou fotos que julgo depor contra minha imagem. ***(153)** Preservo minha privacidade. ***(156)** o que publico em geral são musicas, poesias. nada sobre mim. ***(157)** Nada do que se passa na minha vida interessa aos meus "amigos" do facebook. ***(158)** divido aquilo que representa um pensamento, um ponto de vista. não é uma publicação aleatória. ***(160)** Pode dar problema no trabalho ***(161)** Utilizo a ferramenta como forma de comunicação, apenas. ***(163)** Utilizo o facebook apenas para manter meu grupo social, contatos de pessoas queridas e que em algum momento fez parte da minha vida. ***(170)** Minha vida e minha não tem pq ficar fazendo propaganda dela ***(173)** Uso facebook para contactar amigos (de maneira privada) e compartilhar notícias, assuntos interessantes ou bem humorados. ***(176)** Não sinto necessidade desse tipo de exposição e não acho seguro, no pouco que acesso vejo muita besteira que sinceramente não interessa a ninguém e as pessoas ficam postando. ***(177)** Com zelo. ***(178)** Sou reservado quando o assunto é minha vida pessoal. Tento expor o mínimo possível. ***(179)** Nao tenho vontade que pessoas que nao sao meus amigos mais proximos fiquem sabendo que fiz nas ferias, onde comi no

almoço, que falem meus filhos etc. então eu coloco mesmo poucas informações. ***(183)** Não faço comentários com detalhes que possam me expor. ***(185)** Não exponho de maneira óbvia coisas sobre minha vida. Considero meu nível de exposição coerente com o valor que essas informações possuem na longe da virtualidade. Informações que tanto faz estarem expostas em meios virtuais ou não, não possuem uma grande interferência em minha individualidade. ***(187)** tento ao máximo não colocar detalhes que não sejam apropriados ou que não interessem a vida de quem é meu amigo na rede social. detalhes da vida privada ficam na vida privada, com amigos próximos que estão no convívio diário e não só no virtual. ***(188)** acho que filtro aquilo que posto. Apesar de ter percebido ao responder uma das perguntas anteriores que apareço com bebida alcoólica em uma foto ou outra, eu: - tenho um filtro de quem pode ver minhas fotos - não conto detalhes da minha vida - não forneci telefone, endereço, etc - seleciono "meus amigos"...enfim, creio que consigo me preservar, mesmo se é claro que acabo me exibindo... PS: já viu o vídeo "you need to get off Facebook"? PPS: parabéns pela pesquisa! ***(189)** Nunca. Não faço isso nem presencialmente, muito menos via web. Acho um exagero esse tratamento público que as pessoas dão a suas vidas. Minhas coisas interessam a mim e a um círculo fechado de pessoas. Apenas! ***(190)** Não, eu mal uso. Eu gosto da ideia de ter o contato das pessoas (principalmente daquelas que moram longe ou que faz tempo que não encontro), mas isso não quer dizer eu precise estar em contato o tempo todo com elas. Talvez eu não seja uma pessoa muito sociável, ecco! ***(191)** Uso mais como um e-mail curto e mais informal (e praticamente só por mensagens privadas), como uma forma de manter contato com amigos do exterior e como uma ferramenta pra expor algumas opiniões que eu considero importantes (e não é sempre que faço isso)... ***(193)** Não gosto. Minha vida pessoal é, de fato, pessoal. ***(194)** Tudo é sutil. Ninguém sabe o que se passa na minha vida. No que estou trabalhando, pra onde vou, se viajo e pra onde... A única coisa que importa no facebook é a forma como o penso o mundo. ***(197)** Eu exponho muito a minha vida, mas somente para os meus amigos. Não adiciono pessoas desconhecidas, e não permito que amigos de amigos saibam sobre mim. Resta saber se o facebook é de fato uma rede que protege as nossas informações! (?) ***(199)** Quase nunca posto nada. O que faço mais é comentar mensagens dos outros,

► O outro me expõe

*(83) Tento ao máximo não fazê-lo, mas coloquei como afirmativa a pergunta anterior, porque mesmo fazendo esforço para não me expor, consigo lembrar de algumas situações que acabei me expondo. Seja em um comentário mais íntimo despertado por uma postagem de um amigo, seja por causa de alguma postagem minha em que fica subentendido meu estado emocional, seja por alguma foto em que algum amigo posta em que estou nela, e acabo não por mim mesmo, mas por outro sendo exposto. *(102) Amigos acabam postando fotos e fazendo comentários que acabam me expondo de uma forma que não desejaria. Fico receoso desta exposição. *(149) Isso é inevitavelmente quando se entra no Facebook. Até evito abordar determinados assuntos de trabalho (quando é estratégico calar) e momentos de lazer. Este último, por exemplo, sempre aparece em fotos nos álbuns de amigos. Sei que tenho opção de desmarcar as fotos e até mesmo não permitir que me marquem, mas acho divertido me ver, receber os comentários dos amigos, de modo que acabo deixando... *(181) Eu não preciso, os outros já fazem isso por mim. Nas respostas em que comentei sobre as fotos do meu perfil, como eu disse, nenhuma fui eu que postei... todas são fotos de amigos em que fui marcada. Mas procuro evitar exposição excessiva, desmarcando fotos quando julgar necessário e só divulgando informações que não tenham cunho pessoal muito profundo. Na maioria das vezes, posto apenas frases pra reflexão, ou comento status de amigos, ou divulgo eventos.

► As pessoas são as mesmas no mundo *on* e *offline*

*(74) Encaro a exposição no Facebook como uma autenticidade pessoal, ou seja, a pessoa se mostra como ela exatamente é. *(152) Acho que também não exponho muito minha vida fora do Facebook. Se eu fosse expansivo offline, provavelmente seria expansivo online também. Acho que a postura das pessoas no Facebook não difere muito do jeito que elas são nas relações pessoais.

► A pessoa se expõe e não quer admitir ou não enxerga desta forma

*(29) Não classificaria como expor e sim compartilhar. Acredito que as pessoas, que, como eu, costumam compartilhar seu dia-a-dia nas redes sociais não encaram tal ação como exposição. E sim como forma de interagir e sociabilizar com amigos e com quem mais o seguir sobre suas formas de pensar, agir. Suas descobertas gastronômicas ou preocupações político/religiosas. A alegria do nascimento do seu primeiro afilhado ou tristeza pela derrota do seu time. *(95) A resposta é mais para "não" do que para "sim", mas, de algum modo, eu me exponho sim no facebook, pois mantenho certa atualização de conteúdo e converso com amigos e colegas via bate-papo do facebook.

► **Contraditório**

*(33) Não, não poderia, mesmo se queresse. Expõe devaneios, ilusões e humor, fragmentos da minha "psique". A vida - e é preciso ser filosófico ou poético sim - sempre ultrapassa, sempre extrapola. *(175) Porque apenas faço comentários que me expõe, tipo brincadeiras c/ amigos, comentários sobre festas, coisas do tipo.

► **Não comentou**

*(1) Não. *(44) Asdfg *(57) Sim. *(118) Não *(124) Sim *(162) Nao acho q me exponho *(172) Ué, sim.

► **Respondeu na discursiva anterior ou a cita claramente para que ela seja lida**

*(15) Vide resposta anterior. *(26) Também não. Mantenho o perfil citado na questão 15. Espero ter ajudado Talita! Parabéns! *(32) Idem ao comentário anterior. *(34) Conforme resposta 15. * (56) Acho que já falei na resposta anterior. Talvez porque quando respondo sobre os outros, olho logo para mim. Penso que seja uma atitude ética importante. Olhar-se para si quando olha para os outros. Enxergar em si e não apenas nos outros. A vida é bem mais complexa do que o nosso próprio umbigo. Ah... se tod@s percebêssemos isso. Obrigado pela oportunidade de participar desta pesquisa. *(63) o comentário anterior responde as duas questões. *(77) Como disse na resposta anterior, por eu utilizar quase todos os recursos do facebook, estou muito mais exposto. Foursquare, Places, facebook no celular, qualquer um pode até saber onde eu estou e o que estou fazendo... *(137) idem ai 15. *(141) Pelo mesmo motivo da pergunta anterior.

*(166) Por não fazer nada da resposta 15. *(167) Claro, vale a resposta que dei anteriormente. *(171) Idem a 15